
Konzumista sa usiluje byť človekom, akého model mu predkladá reklama. Hľadá teda svoju sebarealizáciu v tom, čo sa mu ponúka, a vyhýba sa otázke, „kto“ je v skutočnosti. Stotožniac sa so vzormi, ktoré mu ponúkajú filmy a reklama, stáva sa striedavo mladým dynamickým manažérom, sebavedomým športovcom, zrelým mužom vyznačujúcim sa mladistvým elánom, ale nikdy nebude vedieť, kým naozaj je. Svoju skúšku dospelosti nezloží, aj keď si to nik nevšimne.

ISBN 80-85487-41-1

ANTONIO MARIA BAGGIO

Hľadať si tvár

obodný človek v konzumnej spoločnosti

nove
mesto

Hľadať si tvár

ANTONIO MARIA BAGGIO

Hľadat

si tvár

Slobodný človek v konzumnej spoločnosti

Nové mesto

Preložil Mikuláš Hučko

Kniha vyšla s finančným príspevkom
Slovenskej poisťovne a. s.

© Città Nuova Editrice, Roma 1995
Translation © Mikuláš Hučko 1996

ISBN 80-85487-41-1

Úvod

Kniha, ktorú máte pred sebou, žiada si niekoľko úvodných slov. Napísal ju človek, ktorý vyučuje „sociálnu etiku“ a ktorý teda na začiatku každého kurzu potrebuje vysvetliť význam slov „etika“ a „sociálny“ a takisto význam, aký tieto slová nadobúdajú, keď sa použijú spolu. Keď sa dnes hovorí o etike, vôbec nie je isté, či ňou každý rozumie to isté. Podobná je situácia aj so slovom „sociálny“. Veľká rozmanitosť významov, ktorá sa dnes bežne pripisuje týmto dvom termínom, odráža sa aj v diskusii so študentmi, ktorá je neraz veľmi namáhavá a tvrdá, kým dospeje k všeobecne prijímaným definíciám. Pravdaže, ak sa nezastaví pri povrchných definíciách, ktoré aspoň zbežne hneď uspokojia každého, ale v skutočnosti natoľko nič nehovoria, že sotva sa o ich obsahu rozprúdi vážna diskusia, ich neužitočnosť sa zraz prejaví.

Alebo si možno zvoliť definíciu navrhnutú prednášateľom, ktorej sa budú musieť študenti prispôbiť a z ktorej bude potom celý kurz logicky vychádzať. V takom prípade by však bolo lepšie, keby učiteľ svoje prednášky odovzdal v písomnej podobe a študenti by si ich mohli doma v pokoji prečítať. Takáto možnosť, ktorá je pre profesorov i študentov veľmi pohodlná, robí prednášky zbytočnými.

Myslím si však, že kým sa budú konať prednášky a kým bude filozofia čímsi, čo je späté so Sokratom, musí sa stále utvárať priestor, kde sa rozpráva a kde sa hľadá spoločná reč. „Prednáška v pravom zmysle slova nespočíva iba v tom, že hovoríme pravdu,“ vysvetľoval Sokrates Menonovi, „ale aj v používaní termínov, ktorým partner dobre rozumie.“ A aby sme si dobre roz-

umeli, musíme postupovať ako Sokrates, ktorý vždy vychádzal z bežnej skúsenosti tých, ku ktorým hovoril. Predkladaná kniha vychádza z tejto potreby využívať každodenné skúsenosti a v nich hľadať významy slov „etika“ i „sociálny“.

Kniha sa venuje téme druhého človeka. Dôvod raz-dva vysvetlím. Najrozšírenejšia mentalita našej spoločnosti sa zakladá na optike, ktorá je predovšetkým individuálna, takže o tom, čo je dobré a zlé, rozhoduje v konečnom dôsledku jednotlivec. To však v sebe obsahuje jeden silne problematický aspekt. Ak si totiž každý jednotlivec sám určí, čo je dobré a čo zlé, pričom každý má na to odlišný názor, výsledkom je skutočnosť, že už dobro a zlo ako také nejestvujú, pretože za dobro a zlo sa považuje iba to, pod čím si každý predstavuje čosi iné. Pre našu epochu, zdá sa, je príznačná morálka typu „urob si sám“. A tak už viac nie sme schopní posúdiť, čo je dobré a čo zlé, lebo skutok, ktorý sa jednému zdá dobrý, druhému môže pripadať zlý. Dopustíme, aby o tom rozhodoval ten, kto je silnejší?

Naisto nie. Spoločnosť sa nazýva civilizovanou práve preto, lebo vedela vymedziť pravidlá, v rámci ktorých etické pojmy dobra a zla sú vyjadrené právnickými formuláciami o tom, čo je dovolené a čo nedovolené. Ale aj keby sme pripustili, že všetky zákony sú morálne, ich dodržiavanie, ktoré je istou spoločnou platformou, samo osebe ešte nie je zárukou, že ten, kto ich bude dodržiavať, naozaj sa zbavil výlučne individuálnej optiky: on totiž môže v druhom človeku vidieť iba osobu, ktorá práve tak ako on žíví v sebe túžbu po vlastnom neobmedzenom a nekontrolovateľnom uspokojení a s ktorou preto uzatvára zmluvy, aby sa navzájom neroztrhali na kusy. To vôbec neznamená, že toho druhého pozná a že ho prijal; druhému priznáva iba právo brániť sa, pričom

perspektíva, v ktorej hľadá na spoločenský život, je naďalej predovšetkým individuálna a sociálny rozmer ostáva iba chytrým a vynachádzavým prostriedkom.

Takýto individualistický prístup dnes posilňujú rozličné ideologické formy, ktorými je preniknutá západná spoločnosť a ktorých spoločným menovateľom je práve úsilie zatlačiť do úzadia realitu druhého človeka čiže človeka ako nositeľa slobodne predkladateľného názoru, teda nie iba názoru vyjadrovaného pod tlakom pudu sebazáchovy v minimálnych formuláciách právnych noriem. „Sociálne“ — ak nemá byť len akousi individualistickou kamuflážou — potrebuje toto slobodné stretávanie sa, reálne zbavovanie sa individuálnej perspektívy. „Ten druhý“ je teda kľúčovým slovom otvárajúcim brány spoločenského života a takto sociálnej etiky.

Cieľom knihy je pomôcť v objavovaní druhého človeka, a to v našom každodennom živote, v ktorom na nás pôsobia ideológie usilujúce sa ukryť ho pred naším zrakom. Ide o tzv. fenomenológiu druhého človeka zaoberajúcu sa analýzou rozličných scenárov, ktorým každý deň padáme za obeť. Vždy, keď na nasledujúcich stránkach budeme rozoberať niektorý scenár a rekonštruovať nejakú skúsenosť, budeme sa usilovať pochopiť jej zmysel, sledovať jej logiku, počúvať, ako daný problém objasňujú jednotlivé vedné odbory (sociológia, psychológia, veda o náboženstvách atď.), ale konečné hľadisko bude etické čiže filozofické. Bude to posudok, ktorý určí, čo je v danej situácii naozaj v súlade s ľudskou dôstojnosťou.

Kniha *Hľadať si tvár* je teda prehliadkou jednotlivých skúseností, ku ktorým človek-filozof je sústavne pobádaný vysloviť svoj úsudok. Je to však prehliadka vo forme dialógu (podobne postupoval aj Sokrates), v ktorom ani citovaní autori nemajú za úlohu podporovať pi-

sateľov názor, ale vstupujú do vecí ako aktívni protagonisti.

„Po“ absolvovaní tohto rozhovoru možno sa pustiť do štúdia „sociálnej etiky“ — aj keď Hegel by povedal, že v skutočnosti sme už v nej —, zaoberajúcej sa etikou v rozličných výrazoch ľudskej sociálnosti: etikou sexuálnou a rodinnou, politickou, ekonomickou. Všetky formy ľudského života predpokladajú „druhého človeka“. Tieto veci, ktorým sa treba venovať na prvom mieste, Kant nazval „prológom“. Ja sa uspokojím s ich skromnejším označením ako úvod, a to úvod do sociálnej etiky. A aj tentoraz pri pokuse o čo najjasnejší výklad sa filozofovi podarilo napísať vlastne iba úvod k úvodu.

PRVÁ KAPITOLA

Kruhy

Had

Had sa v rajskej záhrade predstavil žene s postojom predstierajúcim záujem o problémy bližneho tak trochu podobne, ako to dnes robia osoby vystupujúce v reklamných šotoch, keď oslovia ženu v domácnosti: „Prečo, pani, periete týmto spôsobom?“ Had v raji poskytuje novú informáciu, ktorá má poslúžiť žene: „Veci sa nemajú takto, ale...“ Podobne dnešný had by mohol pokračovať: „S novým výrobkom značky Drak však...“
Siďva ántickéhó náda' o st'voriteľových umýstloch ša pokúšali priviesť ženu k odlišnému správaniu sa. Podobným spôsobom niektoré druhy reklamy prostredníctvom svojich starostlivých hadov — jarmočných vyvolávačov — prejavujú záujem o ženu, ale iba preto, lebo čakajú na príležitosť, aby mohli vytiahnuť zázračný prací prostriedok, kozmetický krém či mrazený výrobok, ktorý z nej urobí kráľovnú kuchyne.

Lenže v iných prípadoch nie je celá vec okolo reklamy taká jasná a priehľadná. Mohli by sme to prirovnať skôr k stredovekým pevcom, ktorí vychádzali z legiend o niektorom hrdinovi, aby z nich vytvorili dajaký fantastický príbeh, ktorý vie zaujať a očariť, takže ľudia pritom zabudnú na to, aký je reálny stav. Podobne v súlade s „teóriou jarmočného vyvolávača“ stala sa reklama v súčasnosti typickým spôsobom rozprávania, príznačným pre naše časy. Prichádza k tomu, že už nie výrobok,

ale jeho reklama sa dostáva do popredia a divák sa stáva predovšetkým konzumentom reklamy, čo však neznamená, že je aj konzumentom výrobku, ktorému sa robí reklama.

Reklamná kampaň má však aj iné formy. Fausto Colombo¹ predkladá i „teóriu dona Juana“, zvodcu, ktorého zaujímal ani nie tak výsledok zvädzania, ako zvädzanie samo. Podobne postupujú aj reklamné agentúry, ktoré čoraz väčšiu pozornosť venujú kvalite svojej reklamy. Posudzovateľom ich práce nie je predovšetkým trh (prírodzene, reklama musí mať aj pozitívny účinok na zväčšenie obratu), ale ostatní ľudia „od fachu“.

Had, spevák, alebo zvodca? Majúc pred očami súčasnú reklamu, môžeme povedať, že uplatnenie nachádzajú všetky tri metafory. Ba dalo by sa povedať, že každá jednotlivá reklama sa dnes robí so zreteľom na výrobok, konzumenta i ľudí „od fachu“.

Čerstvým javom je však konzum reklamy. Pri ňom spotrebiteľ venuje čoraz väčšiu pozornosť reklame samej, v ktorej nachádza pravdu, s ktorou sa vie vnútorne stotožniť. Pre neho nie je zaujímavý ani tak výrobok (napríklad to, či prací prášok Drak perie naozaj najlepšie), ako skôr emotívna situácia, ktorú vie reklama navodiť.

Spomínate si na staré reklamy spred viacerých rokov? Boli to krátke príbehy (v porovnaní s dnešnými bleskovými šotmi však boli dlhé až-až) s vlastnou zápletkou, ktorej riešením bol práve propagovaný výrobok umiestený uprostred scény.

V súčasnej reklame príbehy už nie sú lineárne. Ich vyrozprávanie je rozkúskované, roztrieštené a zamerané na vyvolanie emócií prostredníctvom premyslenej kombinácie obrazov a zvukov. Zápletku buduje hudba, ktorá určuje pulz a na život prenáša svoj vlastný rytmus. Vezmime si len reklamu na žuvačky Brooklyn, ktorá roz-

práva o stretnutí námorníka so svojím dievčaťom. Všetko sa v nej odohráva bleskorýchlo a každá zmena obrazu vyvoláva iné emócie: na konci, po uplynutí niekoľkých sekúnd, má divák pred televízorom dojem, akoby cestoval v autobuse a nevedel sa dočkať toho stretnutia. Zdá sa, akoby sám pociťoval úľavu z toho, že si námorník prezliekol uniformu a voľne si kráča po pláži so svojím dievčaťom.

Táto reklama však koniec koncov ešte rozpráva príbeh, pričom využíva kinematografické techniky, ktoré síce reklama nevyňašla, ale hodne zlepšila. V iných prípadoch sa sled obrazov strieda na úrovni, ktorá úplne uniká ľudskému úsudku a tak necháva diváka neuspokojeného, pretože „nerozumie tomu, čo sa deje“. Aby som uviedol konkrétny prípad, spomínam si na jeden čiernobiely reklamný spot s množstvom nesúvislých záberov zobrazujúcich chlapca s dievčaťom v blízkosti ohňa horiaceho na kraji upadnutého a neľudského veľkomesta. Vyzeralo to, ako keby sa na obrazovke pomaly striedali fotografie, ktoré chceli naznačiť, že súčasná dramatická situácia je už mŕtva, sfotografovaná, že je už predmetom, na ktorý sa díval ktosi iný, kto v divákovi bol schopný oživiť emotívne veľmi silné vnútorné súvislosti: na to využil predstavy vyvolávajúce osamotenosť jedného bezbranného páru, negatívne posudzovanie reality, ktoré je pre dospievajúcich typické, negáciu akéhokoľvek prijatého blahobytu s cieľom ponoriť sa do tvrdej reality života.

Takéto predstavy sú isto vhodné pre reklamu džínsových nohavíc, bez ktorých, ako napísala odborníčka na reklamu Annamaria Testová², sa dá zaobiť: v lete sú príliš ťažké, v zime zasa nehrejú..., je to tovar, ktorý za svoju rozšírenosť ďakuje dôvodom, ktoré nemajú nič spoločné s užitočnosťou. A naozaj, čoraz väčšími sa kla-

die dôraz na utváranie mýtu o výrobku, ako o tom svedčí aj reklamná kampaň Leviho zobrazujúca pohreb džínsových nohavíc — spoločníkov života — po tom, ako sa džínsy bohato využili ako symbol porušovania morálnych noriem (ako bola reklama na džínsy nazvané Jesus: „Kto ma miluje, ten ma nasleduje“).

Tieto úvahy však nasledujú až po odznení reklamy, keď o nej človek začne uvažovať (koľkí to však robia?). Adresát reklamy je v danej chvíli úplne ponorený v emóciách, ktoré sú také silné, že záujem o výrobok ustupuje do úzadia. Aj autor týchto riadkov si dokonale pamätá celý sled obrazov, ale nie značku džínsov. Ale aj keď niektorý špecifický produkt stratí svoju ústrednú pozíciu, trh ako celok tým neutrpí: predstava, ktorú poskytuje reklama, „formuje“ spotrebiteľa a modeluje jeho imaginárny svet, privádza ho ku kúpe síce nepriamym spôsobom, ale jej účinky sú oveľa trvalejšie.

Napríklad: človek si ide do veľkého obchodného centra kúpiť košeľu, ale zdrží sa tam dve hodiny, pretože si obzerá ostatný tovar i ľudí, relaxuje sa, popúšťa uzdu svojej fantázii a sníva o tom, čo všetko by si rád kúpil. Prechádzka v obchodných centrách (v porovnaní s nimi tradičné obchodné domy sa javia iba ako obyčajné drogérie), ktoré rastú ako huby po daždi, je novou formou predstavenia, na ktorom sa ľudia zúčastňujú aktívne ako herci ovládajúci javisko. Predavač, ktorý ňa vtedy osloví, je ti na farchu, pretože ňa vytrhne z psychologickkej klímy, v ktorej si sa maznal a ktorá ňa aj tak sama privádza ku kúpe. Ba čo viac, taký hypermarket sa stáva autonómnym svetom, kompletným priestorom, vnútri ktorého si možno dohodnúť schôdzku, žiť, snívať, prežívať emócie, a nie iba „kupovať“. To je nový „sakrálny priestor“ súčasnosti a napríklad aj naozajstný protagonista filmu režiséra Mazurského *Príbeh lásky a nevery* (*Sce-*

nes from a mall), v ktorom Woody Allen a Bette Midlerová sa rozprávajú, rozchádzajú a znova sa dávajú dokopy... Bez tohto každodenného univerza snov boli by krízové vzťahy muža a ženy iba banalitou.

Archetypy

Ako vlastne prichádza k tomu, že reklamná informácia nepôsobí na náš rozum, ale sa nás dotýka najmä v našich intímnych sférach? Faktom je, že predstavy používané v reklame, či už sa vyberajú pomocou psychológie, alebo sú plodom intuitívneho talentu „kreatívneho“ reklamného odborníka, sú často symbolickými obrazmi, ktoré takrečeno „prebúdajú“ dynamizmy prítomné v našej psychike. Isté predstavy majú pre človeka veľký význam, pretože sa dotýkajú hlbokých skutočností tak v psychologickej, ako aj v duchovnej rovine. Vezmime si len predstavu neba alebo „nebeského Otca“, ktorá je pre nás spojená s rodičovstvom, plodením, transcendentálnosťou. Alebo predstavu ohňa, ktorá zobrazuje život a teplo tak vo fyzickom, ako aj v duchovnom zmysle a vyvoláva i významy spojené so slnkom, ako je božstvo, nesmrteľnosť, svetlo poznania. Alebo obraz ohňa, červenej farby, ktorý vyvoláva predstavu krvi a s ňou spojených významov, ako je život, plodnosť, obeta. Alebo obraz stromu, ktorý evokuje silu, rovnováhu a spojenie zeme s nebom, spolupatričnosť k spoločenstvu ako vetiev živých z toho istého koreňa.

Tie významy sa k jednotlivým predstavám pridružili v priebehu tisícročí v mnohých kultúrach a civilizáciách. Takéto predstavy spolu s mnohými ďalšími sa využívajú aj dnes na vyjadrenie myšlienok, stavu duše a prežitých duchovných skúseností. Nie sú to teda predstavy pre-

chodné, spojené s príležitostnými skúsenosťami. Naopak, ide o archetypy, vyjadrujúce hlboké reality, ktoré majú pre človeka podstatný význam. Ich používanie vo svete reklamy bezprostredne spája to, čo sa odohráva na obrazovke, s naším vnútorným svetom, a to tak na úrovni psychologickkej, kde sa reklamná predstava priamo zapája medzi ostatné prvky nášho podvedomia a zasahuje do rovnováhy a do konfliktov, ku ktorým v ňom prichádza, ako aj na úrovni duchovnej, o ktorej vieme hovoriť — a ako o tom učia mystici — najmä prostredníctvom predstáv: všetky náboženstvá vskutku vyjadrovali svoj duchovný obsah najmä cez predstavy, ktoré mali hodnotu posvätných symbolov, z ktorých presvitá mystérium. Súčasná reklama sa vnucuje tým, že využíva silu pôvodných mýtov tvoriacich základ jednotlivých civilizácií. A tak ako náboženské slávnosti aktualizujú mýtus alebo ako starý príbeh naďalej dáva zmysel každodennému životu, aj reklama sa stáva mýtom, živým opakovaním existenčných tajomstiev, ktoré nám zanechali naši predkovia.

Niektoré predstavy však otvárajú priamo cestu do intimity človeka. Keď sa reklamná predstava dotýka istých symbolov podstatného významu, emotívne sa zmocňuje tejto priamej komunikácie. Ibaže logika reklamnej informácie nespočíva v tom, aby tieto predstavy objavovala, aby sa usilovala zachytiť aspoň niečo z tohto mystéria. Energia čiže emócia vyvolaná (viac-menej otvoreným spôsobom) touto predstavou sa upriamuje na činnosť (čiže na kúpu) alebo, všeobecnejšie, na správanie sa, na životný štýl zameraný na konzum výrobku, ktorému sa robí reklama, a to aj po dhšom časovom odstupe. V podstate každý výrobok má svoje funkčné stránky, ktoré konzument hodnotí racionálne z hľadiska možnosti kúpy. Môže však obsahovať aj symbolické aspekty

(a v tomto prípade ich reklama rozširuje) alebo sa pridružuje k symbolom týkajúcim sa vnútorných archetypov. Goffredo a Vantaggio takto definujú celý proces: „V tejto strategickej línii má reklama sklon využívať väčší než logický jazyk (verbálny) práve jazyk analogický (vizuálny a hudobný), väčší než racionálny a postupný prístup (progresívny) prístup emocionálny a kruhový (opakujúci sa). Preto sa reklama vyznačuje tendenciou utvárať ‚kreatívnu‘ refaz metaforických lákadiel, ktorých prijímatelia spoznajú ich symbolické hodnoty, ale nie sú schopní ich ‚dešifrovať‘.“³

Z tohto hľadiska je konzum produktu zameraný na uspokojenie potreby vychádzajúcej z hĺbky, a to pomocou psychologických procesov utvárajúcich most medzi archetypom a spotrebou. Napríklad reklama na vodu po holení stimuluje archetyp mužnosti. V spotrebiteľovi vznikne spojenie s týmto archetypom a vedomie vlastnej menejcennosti v porovnaní s týmto ideálom mužnosti vyvolá v ňom správanie sa, ktoré sa tento pocit usiluje kompenzovať, čiže kúpi si výrobok vyvolávajúci predstavu mužnosti. Vlastnením predmetov si človek privlastňuje aj symbol, ktorý mu dodáva istotu. Kompenzácia sama osebe je procesom zdravým, ak orientuje človeka na ciele, ktoré sú pre neho dosiahnuteľné a vhodné a umožňujú mu priblížiť sa k ideálu. Reklamná kompenzácia však presúva problém, ktorého riešenie spočíva v oblasti voľby, životného plánu, do roviny konzumu. A takto sa riešenie iba oddiaľuje.

Základom sily, ktorou sa modely konzumu vedia presadiť, je to, že sú založené na podstatných prvkoch ľudskej kultúry. A zasa základom odporu vyvíjaného niekedy proti týmto modelom je vnútorné odmietanie vecí ako náhradky osoby, odpor proti tvoreniu si fetiša, idolu, ktorý utvára akýsi vzťah podriadenosti. Sila odporu

závisí od schopnosti človeka byť verný realite a zlepšovať kvalitu reálne prežívaných medziľudských vzťahov. Presvedčacia istota reklamy nás núti súhlasiť s predkladaným modelom, pričom využíva ľudskú schopnosť povedať áno a nasledovať niečo alebo niekoho. Túto ľudskú dynamiku by sme mohli stredovekým jazykom nazvať *potentia oboedientialis* čiže schopnosť vyjsť zo seba s cieľom stretnúť druhého človeka a prijať ho. V reklame sa táto *potentia* využíva a nasmerúva na zdanlivého človeka: na idol.

Mediálny kruh

Psychologický mechanizmus, ktorý aktivizuje reklama, je založený na sugescii. Spočíva v takom „prenikani predstáv do podvedomia“, aby ovplyvňovali adresáta. Využívanie niektorých predstáv má pre ňu kľúčový význam, pretože ony sa odvolávajú na to, čo je podstatné a čo nájdeme vo vnútri všetkých ľudí. Ide o túžbu milovať a byť milovaný, o zmysel pre otcovstvo, materstvo, synovstvo, o sexuálnu túžbu atď. Predstavy skrátka utvárajú „spoločnú vnútornú skúsenosť“ prežívanú tým, kto toto posolstvo odovzdáva, i tým, kto ho prijíma, bez ktorej, ako zdôrazňuje psychológ B. Stokvis⁴, sugescia nie je možná.

V minulosti sa cieľ sugescie dosahoval najmä ustavičným opakovaním toho istého posolstva, ktoré sa nakoniec predkladalo ako imperatív. Je to typický postup ideologickej reklamy, ktorá prevláda v niektorých predvolebných kampaniach alebo v režimovej propagande. Aj keď opakovanie posolstva je stále dôležité, sugescia si zvolila iné cesty, väčšmi zodpovedajúce sile, ktorú

v sebe obsahuje predstava. Napríklad v psychológii sa sugescia používa na terapeutické ciele. A práve skúsenosti z takejto terapie nám ukazujú, že účinná sugescia je vždy pozitívna, čo znamená, že neneguje, nezakazuje, ale poskytuje vzor. Práve to je typickým štýlom reklamy, ktorá pri formovaní bežnej mentality vo veľkej miere nahrádza tradičnú morálku. O tej tradičnej morálke sa dá povedať, že je z mnohých hľadísk porazená aj preto, lebo tak vo svojej náboženskej verzii (morálka poslušnosti voči Božím prikázaniam), ako aj verzii laickej (morálka poslušnosti v plnení povinností) bola predovšetkým negatívna (najmä preto, že sa vyprázdnil jej autentický obsah) a sústreďovala sa na zakazovanie a mala sklón blokovať energie. V protiklade k tomu reklama sa obracia na konzumenta tým, že mu predkladá modely, a teda vzbudzuje v ňom očakávania, ktoré chce naplniť. Napríklad reklama na oblek mi nehovorí, že mám starý oblek zahodiť, ale mi ukazuje, ako by som mohol vyzeráť v najnovšom modeli. A tak ja zatúžim po ňom, pretože je to oblek typický pre športovo založených a úspešných mužov, akým by som sa aj ja chcel stať. Sugescia aktivizuje spotrebiteľa v utváraní vlastného „prostredia“ naplneného citmi a predstavami a v podstate sa stáva autosugesciou. Konzumista naozaj nenapodobňuje správanie sa, ktoré mu predkladá reklama, tak ako opica napodobňuje človeka, ale znova prežíva a interpretuje, podporuje „situáciu navodenú reklamou“, ktorá sa predstavuje v každodennom živote, pričom aktivizuje správanie sa čerpajúce z archetypov a prispôbuje sa reklamnému vzoru.

Sugescia teda nezostáva uzavretá medzi štyrmi stenami, ale má obrovský vplyv na správanie sa a kultúru, pričom sa utvára naozajstný kruh — ktorý by sme mohli nazvať mediálnym kruhom — medzi reklamnou predsta-

vou, imaginárnym svetom a podvedomím diváka a jeho následným konzumným správaním sa. V slede jednotlivých predstáv a sugescií sa kruhy znásobujú, vzájomne preplietajú, až kým neutvorí celý systém vzťahov s predstavami a vecami čiže naozajstnú konzumnú kultúru založenú na ponímaní človeka ako „symbolického zvierata“, čo je aspekt, ktorý reklama široko využíva a skresľuje.

V tomto kruhu nemá miesto vedomie, racionálnosť, vedomá voľba, teda tá dimenzia, ktorá človeka robí podľa jednej klasickej definície „racionálnym zvieratom“ a bez ktorej „symbolické zviera“ nie je človekom. Samo pochopenie symbolu si vyžaduje racionálnosť, ale iba za predpokladu, že sa človek nedá strhnúť prúdom povier a mágie.

Toto zrieknutie sa rozumu, toto zredukovanie človeka na jednu zložku vysvetľuje, ako v jednom človeku môže popri sebe koexistovať modernita (používanie elektrospotrebičov, telefónu a počítača, nakupovanie v supermarketoch, vyššie vzdelanie) a jej odmietanie (viera v urieknutia, sekty rozličného druhu, kresťanská viera pri zachovaní poverčivých praktík, čiže bez toho, žeby ju človek naozaj pochopil).

Mediálny kruh je jeden z javov, ktoré lepšie ilustrujú, ako je používanie rozumu na Západe čoraz väčšmi inštrumentalizované, čiže ako sa rozum používa iba na voľbu programu automatickej práčky alebo na vypracovanie rozpočtu domácnosti, prípadne na vyslanie rakety proti nepriateľovi. Je to rozum, ktorý veci a ľudí pokladá iba za nástroje, a teda sa ich usiluje využiť bez obmedzenia, respektíve jediné obmedzenia preň sú technického rázu. Ľudská inteligencia však zostáva zatemnená na vyššej, „filozofickej“ úrovni, kde sa má otvárať hlbokému poznaniu vecí a ľudí, pretože jej zmyslom je hľada-

nie ich zmyslu a zmyslu života. Je to inteligencia, ktorá neneguje tajomstvo, ale vniká do jeho vnútra a pokladá ho za cestu, kadiaľ musí prechádzať tak vo chvíľach šťastia, ktoré sa nedá vyjadriť konzumným slovníkom, ako aj v ťažkých a čiernych chvíľach ľudskej existencie (choroba, smrť). Sú to chvíle, ktoré inštrumentálny rozum neberie do úvahy a ktorým sa reklama úzkostlivo vyhýba, ak len, pravda, nejde o nádchu alebo bolesť hlavy, ktoré sa majú zaraz stratiť po použití propagovaného výrobku.

Toto je aspekt inteligencie, ktorý uschopňuje človeka povzniesť sa nad každodenné situácie, hľadiť ponad svoje trvalé či dočasné obmedzenia a zostať verný tomu, čo každý v sebe pociťuje ako vlastnú identitu. Je to túžba, otázka, ktorá akceptuje ako odpoveď všetko, čo je v živote pekné, pravdivé, dobré, ale sa s tým nikdy nespokojí a stále pobáda klásť si otázky. Toto je vnútorný dynamizmus typický pre človeka, ktorý môže priviesť až na pokraj zúfalstva, ale práve tak udržiava pozornosť otvorenú voči životu (ktorý nás volá, volá naše neznáme a tajomné „ja“). Mnohé skúsenosti svedčia, že človek skôr alebo neskôr odpoveď dostane. Ľstivosť konzumu však spočíva v tom, že sa nepokúša potlačiť tento hlas, ale namiesto toho dáva vlastné odpovede na otázky, ktoré kladie.

LUXUS

Povedali sme, že sugescia vyvoláva v divákovi očakávanie, že bude uspokojený. To sa vo všeobecnosti nikdy neobmedzuje iba okrajový aspekt života. Napríklad reklama na sušenú mäsovú polievku nevyvoláva v žene iba očakávanie týkajúce sa lahodnej chuti, ale udiera aj

na hlbokú strunu rodinnej spokojnosti a vďačnosti („Vďaka, mama“), a teda dotýka sa celého jej životného horizontu.

Reklama pôsobí v tomto svete už dosť dlho. V poslednom čase však očakávania, ktoré vzbudzuje, sú vyslovene „absolútne“. Ako príklad poslúži reklamný slogan jednej automobilky: „Projektujeme šťastných ľudí.“ Najvhodnejšou časťou trhu na túto operáciu je trh luxusných predmetov. Prečo nastal na trhu s luxusnými predmetmi taký rozmach?

Luxus znamená v latinčine exces, prebytok, čiže to, čo nie je potrebné. Napriek tomu v priebehu ľudských dejín luxus stále existoval, ako keby človek mal potrebu vlastniť identifikovateľný luxus ako taký. Nadbytok je to, čo nie je nevyhnutne potrebné, ale treba, aby bol.

Aby vysvetlil tento jav, Alberto Abruzzese poznamenáva, že s tým slovom je spojený aj pojem „žiť v prepychu“. Ľudská potreba luxusu je teda pokusom reprodukovat' vo svete techniky a tovarov bohaté formy, ktorými oplýva príroda, po tom, ako sa človek od nej vzdialil a prišiel o svoj pôvodný príbytok.⁵

Keď si však budeme pozornejšie všimáť reč symbolu, pochopíme, že prepychový život, bujnosť prírody symbolizujú aj „bezplatnosť“, vzájomné darovanie sa prírody a človeka typické práve pre prvotný stav opisovaný v rajskej záhrade, stav harmónie medzi Bohom, človekom a prírodou. Zlato, luxusný predmet najmä na Východe, je symbolom nesmrteľnosti. „Zlatý vek“ v mýtologických príbehoch je počiatkovou epochou vyznačujúcou sa dokonalosťou a harmonickým spolunažívaním medzi bohmi a ľuďmi.

Reklamné predstavy o luxuse vzbudzujú absolútne očakávania, že znova dosiahneme onen pôvodný stav plnosti. Tieto očakávania však vzbudia iba preto, aby ich

nasmerovali na predmety a postoje, ktoré ich nikdy nemôžu uspokojiť. Keďže je nemožné dosiahnuť šťastie vyplývajúce zo života bohatého na zmysel, zo života, ktorý by človek chcel žiť, ideálneho života, o ktorom človek vo svojom vnútri cíti, že je naň povolaný, konzumizmus nás pobáda vzdať sa hľadania a nahradiť ho konzumným správaním sa. Vnútorň dynamizmus, ktorý vedie človeka k tomu, aby sa usiloval o čoraz hlbšie pochopenie pravdy — Karl Rahner by povedal: „transcendentálna skúsenosť ľudskej transcendentnosti“⁶ —, presmerúva sa na iluzórny dynamizmus potreby — spotreby — uspokojenia, ktorý po každom uspokojení stále reprodukuje tú istú potrebu a znemožňuje človeku dosahovať nové méty. Konzumizmus teda odstraňuje samu myšlienku, že pravda sa dá nájsť, a ľudskú existenciu redukuje na mechanizmus, na jednotvárný pohyb toho istého cyklu.

Reklama udržiava diváka v stave sugescie: buduje pre neho nový imaginárny príbytok, pričom ho veľmi intenzívne a emotívne obklopuje predstavami a zvukmi, ktoré sú už jednou formou konzumu. Sugescia neumožňuje konzumentovi, aby za ústrednú drámu vlastnej existencie pokladal to, že je na hony vzdialený od svojho pôvodného príbytku, čiže drámu typickú pre západnú spoločnosť spočívajúcu v rozdelení medzi Bohom a človekom, medzi človekom a prírodou. Je to rozkol prejavujúci sa na rozličných úrovniach: osobnej, spoločenskej, ekonomickej, ktorý by si vyžadoval zásah človeka, životné rozhodnutie a činy na svoje prekonanie. V reklame dôležitejšia než výrobok je sama reklama, vyvíjajúca oddávať sa vyvolávaným pocitom. Vedomá činnosť, ktorá by toto očarenie prelomila, je vylúčená, tak ako starý mýtus vylučoval slobodný historický čin a zobrazoval (a opakoval ho v obrade) exemplárny symbolický čin. Mýtus žil v cyklickom univerze. Takým is-

tým spôsobom sugescia reklamy udržiava cyklus predstáv a obrazov, mediálny kruh, ktorý uzatvára konzument, posolstvo, evokované imaginárne univerzum. Je to cyklus na spôsob sedatív, ktorých účinkov sa predlžuje v konzumnom správaní sa. Vedomé a slobodné správanie sa malo by však ísť proti prúdu tejto nutkavej túžby až k jej prameňu.

Reklama pozýva spotrebiteľa, aby sa stal účastníkom predstavenia a svoj život obmedzil iba naň. Takto sa celý život stane predstavením, stane sa rozptýlením, ktoré nie je ničím iným ako odpútavaním sa od pravdy a od naozajstného hľadania seba samých. „Kde je Marek či Ján, Peter, Lucia alebo Anna?“ Ak odpoveď znie: „Pozera na televízor“, znamená to, že je mimo seba.

Nová ideológia

Nemôžeme však reklamu považovať za čosi zlé, čo zvonka ohrozuje náš „dobrý“ život. Reklama ukazuje iba to, čím žije spoločnosť, aj keď len v počiatočnej forme alebo obmedzené na niektorú elitu alebo avantgardnú umeleckú či filozofickú skupinu, a premieňa to na bežný pocit. Dáva odpovede na otázky, ktoré už existujú, rozširuje odpovede, ktoré sa už šíria. Reklama pôsobí ako „expresívny spoločenský akcelerátor životných štýlov, hodnôt, potrieb, správania sa jednotlivca“, čiže dáva slovo problémom a konfliktom, ktoré už existujú.⁷

Preto istý druh reklamy je sám osebe predmetom konzumu, a to nezávisle od produktu, pretože divák-konzument v nej nachádza aspekty vlastnej existencie. Preto sa z reklamy dá naučiť niečo, čo už existuje, ale čo sa ešte osobne tak neprežíva, možno z nej získať informáciu o spoločnosti, o ľuďoch. Pri tom všetkom treba

mať na zreteli, že v reklame je každá realita prevrátená naopak, ako sme to videli na príklade luxusu.

Skutočne dnes luxus, na rozdiel od toho, čo sa odohrávalo v „pôvodnom príbytku“, aj keď je zadarmo, musí sa získavať s námahou (vlastnou alebo druhých ľudí). Luxus naďalej reprezentuje aj spoločenské rozdiely, ekonomickú rozdielnosť. Niektorí si môžu dožičiť luxus iba preto, že ostatní nemajú ani to potrebné. Ak by už v budúcnosti bol luxus dostupný každému, nebude sa dať povedať, že je zároveň potrebou. Ak je to tak, potom prekonávanie vzdialenosti od „pôvodného príbytku“, opätovné zjednocovanie človeka s Bohom a s prírodou pomocou luxusu propagovaného reklamou sú zdanlivými procesmi skrývajúcimi drámy a reálne skrivodlivosti pred vlastným svedomím.

Toto zdanie — podobne ako pružné mladé telo — a táto povrchnosť nie sú náhodné, ale je to nová ideológia. A typickou črtou každej ideológie (je to jedna z Marxových poučiek, ktorá si uchovala svoju platnosť) je to, že obracia zdanie na realitu a realitu na zdanie.

Na reklamu sa treba dívať ako na jeden komplexný celok obsahujúci tendencie a stimuly, ktoré navzájom pôsobia na seba. Reklamný spot nie je iba nositeľom vlastného významu, ale je aj súčasťou celku, v rámci ktorého sa vyjadruje s čoraz väčšou silou naozajstná ideológia konzumizmu schopná absorbovať, stráviť, využiť a reprezentovať všetky nové intuície, antagonizmy a konflikty, čo sa objavia v spoločnosti, pričom vo všeobecnosti mení ich pôvodný význam.

Využívanie mladého tela v reklame je názorným príkladom logiky ideológie konzumizmu. Reklama po tom, ako vyvolala vnútorné vzrušujúce dynamizmy, nepobáda prenikať do mystéria, ktoré evokujú, ale namiesto toho prichádza s posolstvom dokonalej nahoty, ako keby

nahota bola poslednou fázou hľadania, pravdy, ktorú treba objaviť a odkryť. Na opis tejto situácie mali starí Gréci správne slovo. Pravda sa po grécky povie *alétheia*, čiže doslova ne-zabudnutie, odhalenie. Reklama uskutočňuje falošnú *alétheiu*, pretože sníma závoj a ukazuje nie pravdu, ale jej zdanie, druhú sféru zdaní: odkazuje na nahotu, akoby ona bola pravdou, kým ona je predovšetkým symbolom.

Ako sa dostať ďalej za to zdanie, ako preniknúť do tajomstva vyvolaného reklamnou sugesciou? Nemožno ignorovať fakt, že tu došlo k vzrušeniu, a odmietajú reklamu ako „povrchnú“ a „zlú“, a pritom predstierajú, že sme zabudli na to, že nám niečo povedala: so sugesciou je spojený aj proces učenia sa. Teraz viem, aj keď som si to predtým neuvedomoval, že telo rozpráva, že telo má svoj význam, a že — povedané slovami Emmanuela Mouniera — moje telo je viac než moje telo.

Jeho kľúčový význam v reklame svedčí o tom, že má kľúčový význam aj v mojom živote. Kým však reklama redukuje existenciu iba na telo, keď sa dívame s odvahou na telo aj vtedy, keď je spojené s bolesťou a smrťou, a svoj zrak hneď neodvrátíme, môžeme v *alétheii* pochopiť plný rozmer ľudskej existencie.

Rozdielnosť pohlaví mi predovšetkým hovorí, že moje telo je stvorené pre niekoho iného, že ja som stvorený pre iného. Moje telo je tu, drží ma v jednom bode pri zemi, ale tento bod je hľadisko, je vízia totálnosti, ktorá ma presahuje, môj pohľad na druhého. Telo práve cez svoje obmedzenie mi vydáva svedectvo o mojom základnom smerovaní k transcendentnosti: „Neprehľadnosť, nepreskúmateľnosť môjho tela zodpovedá funkcii prameňa, ktorý v sebe otvára duchovný zámer a ktorý ho postupne modeluje v slove, v geste, v mimike a radikálnejšie v jednoduchom smerovaní pohľadu.“⁸

☸ Hovorí mi to nakoniec aj móda, keď prostredníctvom tela vyjadruje moju túžbu stať sa niekým druhým, moju tendenciu stať sa druhým. Konzumizmus reklamy poskytuje mi vzory, slohy na recitovanie: život sa stáva zábahou, pri ktorej vychádzame zo seba a zo svojej činnosti, aby sme sa stali niekým druhým.

☸ Toto vyjdenie zo seba je však iba zdanlivé: je to namáhavý beh od jedného modelu k druhému, hľadanie seba samých, je to sústavný pokus môjho ja o dosiahnutie vlastnej identity stálym prezliekaním sa. Je to kruh, čo nemá koniec a nenachádza zmysel, o ktorý by sa mohol oprieť: zlý vkus ženy v zrelom veku, ktorá sa oblieka ako mladé dievča, je výstižným vyjadrením nedostatku zmyslu pre kruhovitý proces, v ktorom „najprv“ sa premiešava s „potom“ a absencia zmyslu je sprevádzaná absenciou času. Nekonečné množstvo modelov a predstav utvára systém, v ktorom sa možno pohybovať od narodenia až po smrť. Koniec koncov šaty ako šaty a nakoniec robíme to a stávame sa tým, do čoho sme sa náhodou pustili. A ak jedna vec má takú istú hodnotu ako druhá, ani jedna nemá svoju pravú hodnotu. V našom živote sa objaví nič a konzument reklamy sa na to díva očarený: „Je to,“ poznamenáva Jean Baudrillard, „nihilistická vášeň *par excellence*, je to vášeň, ako zmiznúť. Sme očarení všetkými formami zmiznutia, svojho zmiznutia. Melancholický a očarený — to je naša všeobecná situácia v ére nedobrovoľnej transparentnosti.“⁹ Z kategórie totálnosti vzniká kategória nihilizmu a objavuje sa historický kontext, kultúrne prúdy zbiehajúce sa do konzumizmu, ktorý nemožno považovať za náhly fenomén, ale za ideologický uzol, kde sa zbiehajú dôležité komponenty industriálnej spoločnosti vo fáze svojho prekonávania. Táto predvídateľnosť a význam konzumizmu by nám stále mali pripomínať jeho vnútornú previazanosť

s ekonomickou realitou, s výrobnou štruktúrou, pretože konzumizmus možno plne pochopiť iba v tomto spojení.¹⁰

V tomto bode, kde sa navzájom prekrýva druhá a „tretia vlna“¹¹, ustavičné odchyľovanie sa stalo odklonom bez smeru a vzniká zúfalstvo. Prestali sme si klásť otázku zoči-voči tajomstvu a krútime sa dookola v systéme predstáv a obrazov, pričom akoby odstredivou silou sme stále unášaní na povrch. Je to život „mimo seba“ v rozdielnosti.

Nahota a túžba

Móda je úrodným terénom, kde sa darí sugescii: stále zmeny šiat umožňujú stále nový pohľad na seba: chcela by byť objavom neznámych možností človeka uskutočňovaných zanechaním starej kože, aby sa stal kýmsi druhým. Ako je však evidentné, tento prechod sám osebe nie je spojený s rastom osobnosti, s jej rozkvetom. Ak človek nie je už predtým a nezávisle od módy osobnosťou, potom namiesto vyjadrenia krásy a vnútornej premeny redukuje sa tento prechod iba na zmenu starého scenára za nový, ktorý recituje rovnako bezducho. Iný je prípad, keď prichádza k vnútornému rastu, pri ktorom človek pociťuje potrebu hľadať vhodné formy na svoje vyjadrenie sa aj pomocou vonkajšej zmeny. Nezabudnuteľné je „prezlečenie“ bledej Claire kvôli robotovi nazvanému Tony v románe Isaaca Asimova *Spokojnosť zaručená*¹². Tam však máme do činenia s prípadom ženy, ktorá je zamilovaná bez toho, žeby si to uvedomovala, a ktorej nový spôsob prezentácie nakoniec objasní, ako ju „láska“ — aj keď iba k robotovi — vnútorne premenila. Keďže však oddaných a očarujúcich robotov

podobných ľuďom niet, veci sa majú v skutočnosti inak. Reklamné predstavy vzbudzované šatami, farbami, pohybmi tela a hudbou udierajú na hlboko uloženú vnútornú strunu, ladenú práve potrebou vyjsť zo seba, aby sme rástli, aby sme sa stali druhým a v konečnom dôsledku aby sme sa stretli s druhým. Tento pohyb však ostane iba na povrchu. V nových šatách vyzerám ako nový človek, ale neurobil som krok smerom k vlastnej realizácii. Sám som si cudzí, práve tak ako som ním bol aj v predchádzajúcich šatách.

— Móda zdôrazňuje ústredný aspekt reklamy, ktorá ju do veľkej miery pohlcuje. Je to akési rozprávanie „dobrodružstva tela“, ktoré sa pokúša mať zmysel samo osebe bez odkazovania na osobnú interioritu, ktorú vyjadruje telo. V móde má kľúčový význam predstava tela, príznačná pre celú oblasť reklamy a takisto majúca podstatný význam pre reklamu-predstavenie, ktorá už uspokojuje spotrebiteľa.

— Čo je príčinou, že táto predstava má v sebe takú silu? Nahota v reklame je málokedy banálne, čisté a jednoduché vystavovanie sa. Hra spojená so zakrývaním a odkrývaním, „výstrih“, s ktorým sa predkladá, vzbudzuje silnú emotívnu účasť, ktorá u nejedného diváka sa neprejaví hneď v danej chvíli, ale až v nasledujúcich dňoch, keď si uvedomí, že tieto predstavy sú prítomné v jeho mysli a pravidelne sa mu vynárajú pred očami. Je to znak toho, že tieto predstavy nie sú len anatomicou informáciou, ktorú už diváci — predpokladám — vlastnia. Tieto predstavy sú schopné naznačovať „tajomstvo“, ktoré si telo chráni a ktoré sa prejavuje rozpútaním túžby.

— Nie je to novinka: v každom období vedeli umelci evokovať a predkladať svojim súčasníkom tajomstvo existencie, ktoré naznačuje telo: dnes si to vzala na sta-

rosť najmä reklama, a to reklama, ktorá si vie osvojiť umelecké intuície storočia a zároveň vie navrhovať intuície nové, so sebe vlastnou inovatívnou rečou.

Je pravda, že reklama využíva telo. Okrem toho, že z neho robí nástroj, súčasná reklama je svojím spôsobom aj schopná rozprávať o tele a odhaľovať ho. To vysvetľuje súlad medzi tým, čo pociťuje divák-konzument a čo hovorí reklama.

Pozornosť a fantázia diváka sa čoraz otvorenejšie sústreďujú na mužskú a ženskú sexuálnu predstavu, ktorá je veľmi bohatá na symboliku. Takto najrozvinutejšia technika komunikácie vzbudzuje priamo v divákovi — bez toho, žeby pritom pôsobila na jeho rozum — pradávané symboly, ako je napríklad predstava ženskej sexuality, ktorá v našom symbolickom ponímaní je spojená s predstavou mraveniska vstupujúceho do útrob zeme a predstavujúceho jej tajomstvo, prebúdajúceho energiu vnútorného „podzemia“ v temnom svete začiatkov a spolu s mužskou sexualitou pripomínajúceho tajomstvo plodenia: plodiť a byť plodený, „vzťahu s“ a „ponorenia sa do“, pudové sily prijímania a vypudzovania, pobádanie smerom k druhému pohlaviu ako hľadanie počiatocnej jednoty. Sila túžby je zároveň smerovaním k neznámemu, k priepasti alebo k nekonečnu, ktoré ma priťahuje, pretože si uvedomujem, že tam sa ukrýva tajomstvo mňa samého. Túžba symbolizuje môj vnútorný hlad, hľadanie zmyslu všetkého a moju vôľu oddať sa tajomstvu, ktoré ma presahuje.

Nie je to teda otázka anatómie. Predstavy mužskej a ženskej sexuality prebúdajú v hĺbke vedomie vlastného obmedzenia, vlastnej pomínutelnosti. Preto sa musím reprodukovať, musím plodiť. A vtedy si uvedomujem — nie rozumovo, ale sugesciou — otázku, ktorá visí vo vzduchu: „Odkiaľ idem a kam?“

Symbolizmus, ktorý evokuje reklama, predstavuje krajné nebezpečenstvo pre ňu samu, pretože logika symbolov pobáda hľadať zmysel existencie: od sexuálnych predstáv by sa malo prejsť k predstavám bolesti a smrti, ktoré sú s ňou nerozlučne späté, pretože sú nerozlučnou súčasťou príbehu ľudského tela. Tento prechod, toto prehlbenie tajomna malo by byť spojené s priblížením sa — hoci aj zúfalému, ale reálnemu — k pravde, k triezvemu pohľadu na život taký, aký je: tomuto prechodu sa však reklama zubami-nechtami bráni, pretože jej záleží iba tom, aby podnecovala konzumizmus a aby rozpútala a využívala všetky vnútorné energie, a nie na tom, aby hľadala pravdu. Toto tabu umožňuje pochopiť logiku zákalu kamuflovaného zdanlivou absenciou pravidiel, ktorá dominuje v reklame. Je to tendencia skrytá, ale má podstatný význam a vyznačuje sa tým najskostnatenejším moralizmom. Naozaj, kto sleduje reklamu, podriaďuje sa jej disciplíne, ktorá navonok pripomína rešpektovanie morálky, lenže je to morálka prázdna, bez obsahu.

Očakávanie vyvolané sugesciou sa nasmerúva na výrobok alebo na životný štýl propagovaný reklamou. Privilegovaným nástrojom na realizovanie tohto odklonu je predstava mladého tela, na ktoré sa v samom spotre alebo pomocou iných spotov nasmerúva energia, túžba vyvolávaná v divákovi: dokonalé mladé alebo dospievajúce telá symbolizujú výstup z tmy a vyslobodenie z priepasti, telesnú neporušiteľnosť a počiatocnú jednotu, ktorá bola charakteristická pre rajskú záhradu. Uspokojujú potrebu dokonalosti a plnosti, dávajú zakúsiť ľahkosť, zdanlivú schopnosť ísť za každodenné utrpenia, a to tým, že do každodennosti prinášajú sny, nereálnosť povrchného života.

Sakrálny stred

Sú miesta, kde sa človek cíti stratený, pretože nevie zistiť, kde je. To sa stáva čoraz častejšie v centrách veľkých európskych miest. Ak by človek videl iba taký výsek, v ktorom vidieť, ako ľudia postupne vystupujú z metra po pohyblivých schodoch i vstupujú doň, nevedel by, v ktorom meste je. Zelenú značku nadnárodnej spoločnosti vyrábajúcej odevy nájdete tak vo Viedni, ako aj v Miláne, v Mníchove či od istého času už aj vo Varšave. Veľké obchodné firmy si pokladajú za povinnosť byť prítomné všade a to má za následok aj uniformitu miest.

Ešte šťastie, že história odoláva a oko sa môže zachytiť o románsku katedrálu, miestnu radnicu, rezidenciu a takto zistiť totožnosť. Keď však robíme takto, musíme pripustiť, že občianska identita, čiže to, „kde“ sme, vychádza z minulosti. A dnes? Zdá sa, že dnešok smeruje k odstraňovaniu odlišností a že fyzický priestor, miesto, s ktorým sa ľudia kedysi identifikovali, má tendenciu miznúť a stratiť sa.

Ulice, ktoré sa ničím neodlišujú od ulíc v tisícoch iných miest, utvárajú labyrint, čo je pojem dokonale vyjadrujúci dezorientáciu a nemožnosť stretnutia sa a smeru.

Fyzický priestor mal vždy symbolickú funkciu. Bolo to miesto, kam ľudia išli preto, aby mali účasť na zážitku, ktorý nebol iba fyzický. „Ísť do mesta“ kedysi znamenalo viac než akcie, ktoré sa tam konali, ako napríklad stretnutie sa s ľuďmi, pitie, prechádzky, nákupy. Stred mesta — tam, kde existuje —, je aj dnes miestom, kde sa prežívajú udalosti, kde cítiť, že čosi sa má stať. Je to miesto, ktoré má význam aj vtedy, keď sa tam nič ne deje: „Čo si dnes robil?“ znie často otázka. A odpoveď?

„Bol som v meste.“ Ako keby už sám akt odchodu do centra mesta bol významnou udalosťou.

V starobyľých kultúrach mala myšlienka centra veľký význam a otvorenejšie navodzovala predstavu čohosi posvätného. Vyjadrovala sa architektonickými symbolmi, ako bol „posvätný vrch“ postavený v centre sveta, na ktorom sa stretávalo nebo so zemou. Odborník na náboženstvá Mircea Eliade vysvetľuje, že každý chrám a každý palác sa považoval za „posvätný vrch“, za miesto stretnutia sa ľudského s božským.¹³ V niektorých kultúrach mali dediny v centre svoj totem, posvätnú žrd predstavujúcu os, okolo ktorej sa krúti svet a ktorá spája ľudí s nebom a s podsvetnými božstvami. Celkovo vzaté, „centrum“ stále predstavovalo miesto, v ktorom každý človek po tom, ako opustil svoj príbytok, čiže miesto, ktoré bolo pod jeho vládou, vstupuje do kontaktu s Druhým, s tým, čo ho presahuje a čo je vysvetlením vesmíru i jeho vlastnej individuálnej a spoločenskej existencie. Niečo z tejto posvätnosti naďalej žije aj v jednoduchom každodennom akte vyjadrenom slovami „ísť do mesta“.

Posvätnosť „centra“ žila aj v jednoduchých osobných vzťahoch každodenného rodinného priestoru. Žila teda v *oikose*, v dome, ktorý bol miestom spoločného bytania, vzájomnej spolupatričnosti. *Oikos* bol spojený aj s *éthosom*, s konaním v súlade so spoločným pocitom, so zdedenou tradíciou. Etika, schopnosť konať slobodne v rámci spoločného presvedčenia, má svoje miesto, miesto, kde žije *hetairos*, spoločník žijúci podľa tých istých hodnôt ako ja. Práve táto vnútorná účasť umožnila spolužiť etiku v rámci komunity a chápať druhých, žijúcich v inej komunite. *Éthos* teda žije v intímnom napätí: na jednej strane je *éthos oikosu*, na strane druhej, ako sme povedali, je pochopiteľné pre druhých a smeruje

k univerzalite. Atény — *polis* v tom najvznešenejšom zmysle slova — dramaticky prežívali explóziu tohto napätia v sokratovskom zážitku. Sokrates išiel do podstaty vlastného „pocitu“ a dospel k univerzálnej a vnútorne založenej ľudskej etike. A to ho priviedlo ku konfliktu s vlastným *oikosom*.

Massimo Cacciari¹⁴ dáva do protikladu univerzalitu modernosti s osobitosťou starobylého *éthosu*: Moderné časy sú realizáciou „slobody od“, nie sú už „slobodou v“, slobodou v príslušnosti *éthosu*. Od slobody chápanej ako sloboda synov, obyvateľov toho istého *oikosu*, prechádzajú moderné časy k „slobode od každého stabilného zväzku“. Moderné mesto oslobodzuje od bytostného miesta, od *éthosu* sa dospieva k zákonu, pravidlu (*lex*), k univerzálnej riadenej zameniteľnosti ako pravidlu industriálnej spoločnosti. *Lex* sa spája s tovarom a v ňom moderné časy kladú základy vlastného rastu. Dospieva sa však aj k vlastnej implózii: vzdanie sa možnosti „byť v“ znamená naozaj stratu miesta, dezorientáciu, stratu *oikosu*. Cacciari kladie otázku: Ako skombinovať legitímnú univerzalitu moderných časov s potrebou miesta, *éthosu*, ktoré oslobodzuje od dezorientácie a umožňuje nové stretnutie? Je to otázka vyjadrovaná v priebehu nášho storočia mnohorakým spôsobom, týkajúca sa možnosti etiky v spoločnosti, ktorá sa zriekla posvätného priestoru, pričom nemá korene ani „centrum“.

Televízny priestor

Človek nikdy neuvažoval o svojom vlastnom priestore iba ako o priestore fyzickom, geografickom, ale stále aj spôsobom symbolickým, aby tak vyjadril tajomnú strán-

ku vlastnej existencie a — v istom zmysle — aby ju vedel prekonať. Z tohto hľadiska ľahšie pochopíme priestor, ktorý sa čoraz väčší rozširuje v našej epoche a ktorý by sme mohli nazvať slovami Furia Colomba „územie ireality“¹⁵ alebo jednoduchšie „televízny priestor“, čiže svet, v ktorom nežijeme, ale o ktorom si myslíme, že v ňom žijeme.

■ Aby sme pochopili tento nový pojem priestoru, je vhodné zmieniť sa o spôsobe, ako sa utvoril. Prišiel okamih, keď informácie a novinové správy, ktoré sa na začiatku televíznej éry podávali v „serióznom“ priestore zreteľne oddelenom od zábavných programov, začali sa miešať s týmito programami. Po čase sa toto premiešanie stalo bežným až do tej miery, že pre väčšinu televíznych divákov sa informácia stala súčasťou zábavy, ba predstavením samým. Prispel k tomu aj jeden spôsob takzvaného spektakulárneho a agresívneho žurnalizmu, ktorý sústavne hľadá senzácie, je povrchný, ale pritom silne emotívny.

■ Reklama so svojimi rýchlymi rytmami a s prevahou obrazov a hudby vnútila publiku svoju reč, čím takmer donútila aj ostatné druhy televíznych programov — medzi nimi aj informatívne — prispôbiť sa čiže prevziať rytmy a spôsoby vlastné zábavnému predstaveniu.

■ Všetko to zapríčinilo u televízneho diváka „stratu zmyslu pre realitu“: správu o vážnej udalosti, ktorá vzbudzuje rozhorčenie alebo solidaritu a ktorá zároveň pobáda diváka prijať rozhodnutie a konať, bezprostredne vystriedava módna prehliadka, reklama na luxusné auto. Výsledkom je to, že divák už nemá chuť nič podniknúť a zotrúva v postoji konzumenta správy, ktorá sa taktomení na predstavenie. Sám zdroj udalosti, miesto, kde sa odohrala, reálny priestor obývaný reálnymi osobami dostávajú sa do úzadia, rozplývajú sa. Naozaj, iba keď

umiestíme udalosti do reálneho priestoru, možno ich pochopiť ako skutočnosti, ktoré sa stali druhým a pri ktorých možno zasiahnuť: voľba, morálna akcia potrebuje reálny priestor.

Keď sa prechádza od televíznej správy k realite, televízia sa správne využíva ako *médium*. Naopak, ustanovenie mediálneho kruhu spôsobuje pocit straty reality danej udalosti, jeho prirodzeného miesta. To sa nahrádza inou realitou, teda realitou televízneho priestoru, televízneho štúdia, nového „centra“, v ktorom sa všetko odohráva. V tomto prípade sa televízia už nevyužíva ako nástroj, ale sama sa stáva cieľom, pretože *médium* splyva s posolstvom.

Prítomnosť politika, novinára, herca, spisovateľa románov v jednom programe, pričom každý z nich tam vykonáva svoje remeslo, privádza týchto typických predstaviteľov každodennej reality do fantastického priestoru, do rytmu reklamnej bájky.

Toto všetko utvára u televíznych divákov mentalitu, ktorej čoraz ťažšie padne hodnotiť realitu a ktorá sa môže považovať za jeden z negatívnych aspektov istých technických aplikácií „virtuálneho priestoru“, v ktorom sám subjekt „utvára“ svoju vymyslenú realitu. Máme dokonca prípady, ako je prípad Pauly Cooperovej, mladej čiernej Američanky odsúdennej na smrť za to, že zabila svoju starú učiteľku. Po svojom zatknutí mala na políciu iba jednu starosť, a to tú, aby nevynechala každodenné pokračovanie televízneho seriálu Miami Vice, pretože tam pocítovala svoje vlastné vnútorné „centrum“. Zjavne si neuvedomovala, že to bola práve ona, kto zabil, že niekde zostala naozaj krvou pošpinená dlážka a že niekto je naozaj mŕtvy. Paula už mala takrečeno „televízne svedomie“.

Takéto ponímanie priestoru, ktoré je iba jedným

aspektom pravej a naozajstnej vnímavosti, mentality, možno rozširovať iba preto, lebo je odpoveďou, aj keď iba náhradkovou a úchylnou, na požiadavku, ktorá nás pobáda klásť si otázku, „kam“ smeruje náš život, na ktorom mieste sa môže zastaviť. Za telefonátom, ktorý žena v domácnosti vždy začína slovami „pochvaly za perfektný program“, cítiť smerovanie k „centru“ toho priestoru, kde ona vnútorne žije, túžba dostať sa ta, „kam“ je nasmerované jej bytie, čo zrejme nie je dom, kde vykonáva domáce práce, ani ľudia, o ktorých blaho sa stará. Tento fenomén — ako napokon mnoho iných fenoménov týchto dní — má dve tváre. Pozitívna spočíva v tom, že dnes máme takú úroveň komunikácie, aká pred niekoľkými desaťročiami bola nepredstaviteľná. Dnes sú možnosti komunikácie preto také rozsiahle a zároveň dramatické, lebo sme za sebou spálili mosty. Teraz sa už nemôžeme vrátiť do uzavretého a malého priestoru, v ktorom sme boli predtým, ale musíme žiť dobrodružstvo univerzálnej komunikácie. Negatívna stránka spočíva v tom, že „územie ireálna“, kde sa odohráva komunikácia, vytrháva každého z jeho vlastného vnútorného priestoru bez toho, žeby mu poskytlo nový reálny priestor. Televízne „kam“ je iluzórne. V ňom sa realizuje iba zdanie komunikácie a stretnutia. Vzdialenie sa od reality bez akýchkoľvek styčných bodov a každodenný svet pozostávajúci z osôb a z akcií a svet reklamy sa navzájom prekrývajú. V extrémnych prípadoch sa nájdu ľudia, ktorí si vôbec neuvedomujú, že by vražda bola nejakým zlom. V bežnejších prípadoch si človek neuvedomuje, že druhému ubližuje, pretože ten druhý je súčasťou stratennej reality a už ho viac nepoznáva. Osoby, s ktorými človek žije, môžu sa vtedy javiť ako prekážky, čo mu znemožňujú realizovať vlastný imaginárny svet, ako neadekvátne fiktívnemu svetu, ktorý má v hlave a ktorý

zaujal miesto v jeho vnútri. Už viac nevidíme druhého človeka, zabúdame na dohody, na sľuby, na radosti, ktoré nás spájajú s druhými. A bez tých styčných bodov, ktorými sú druhí ľudia, stáva sa priestor labyrintom: človek sa dáva viesť prechodným nadšením, ktoré občas získa prevahu, krúti sa a beží, pričom vôbec, ani o krok sa nepriblíži k miestu, ktoré v skrytosti hľadá.

Prítomnosť týchto dvoch tvári v takmer všetkých prvkoch našej epochy, dvojitost moderných časov, ukazuje bolestivý, ale nie tragický obraz Západu, obraz kultúry, ktorá prechádza tmavou nocou, kde málo zreteľný profil mnohých tieňov ohlasuje nové veci, čo sa majú odhaliť za bieleho dňa.

Na ceste

Sú ľudia, čo televízny priestor vnímajú ako iluzórny a usilujú sa preskúmať tajomstvo existencie pomocou iných skúseností. To môže byť jedným z vysvetlení úspechu, ktorý mali u mnohých mladých ľudí (veriacich i neveriacich) nedávne púte mladých, a to v Santiagu de Compostela roku 1989, v Čenstochovej roku 1991, v Denveri roku 1993. Kresťanská púť¹⁶ si uchováva niektoré charakteristiky starého pojmu „centrum“: je to „kráčanie jedným smerom“, pohyb, ktorým pútnik smeruje k tomu, čo ho presahuje. Nemožno však ísť „jedným smerom“ a pritom nenechať všetko za sebou. Ak v minulých storočiach pútnik doslova opúšťal rodinu, majetok, vlastnú krajinu, aby sa odvážil na cestu, z ktorej sa nemusel vrátiť, aj dnes musí zakúsiť radikálnu slobodu, musí práve tak zanechať všetko a potom zakúsiť „duchovnú vládu“ nad situáciami vlastnej existencie, aby na konci púte, vnútorne vyzlečený, predstúpil pred Toho

a obetoval sa Tomu, kto mu hovorí: keď budeš kráčať týmto smerom, dostaneš sa na svoje pravé miesto, priestor sa stane vnútorným priestorom: „byť vnútri“ a „otvorí sa navonok“.

Nedávne púte ukázali sa u tých, čo ich vykonali, v podstate púťami vnútornými. Bola to príležitosť objaviť vnútornú cestu, tú cestu, na ktorú vstup je obyčajne skrytý televízno-reklamno-konzumnému pohľadu. Naozajstná púť sa dá konať každý deň. V spoločnosti, v ktorej prevažuje televízny priestor, má priam explozívnu úlohu. Onen priestor, pri ktorom ide o „teritórium ireálna“, znamená odmietnutie všetkého toho, čo je „druhý človek“ a čo je konkrétne na „tomto mieste“. Naopak, púť zdôrazňuje význam osobitného „miesta“, ku ktorému sa uberám, a vzdialenosť je mierou jeho reálnosti. A táto reálna a vonkajšková cesta pomáha vnútorne vyjsť zo seba, aby sme sa odovzdali Druhému. Fyzické miesto je, pravdaže, iba prostriedkom: „Druhý“ nie je viazaný na niektoré posvätné miesto, ktoré má iba symbolickú hodnotu, a to tak v sakrálnom ponímaní antických veštiarní a chrámov, ako aj v ponímaní kresťanskom. Rozdiel medzi sakrálnou a kresťanskou perspektívou, odrážajúci špecifickosť kresťanstva, je v tom, že skúsenosť kresťanského putovania sa dovršuje v osobnom stretnutí s Bohom ako s osobou. Také stretnutie odhalí, že ten „Druhý“ je v každom človeku, pretože ten „Druhý“ v kresťanstve nie je v skutočnosti neznámy, ale má stále svoje meno, totiž meno nám najbližšie: Boh v Kristovi je v človeku.

Kresťanstvo radikálne prekonalo antický pojem „posvätného priestoru“. Základnou charakteristikou púte je to, že je to cesta, na ktorej nikdy nie sme sami, ale kráčať spoločne ako „ľud“. Počas cesty každý zakúša spoločnosť s druhým. Ak ide až do hĺbky významu prí-

tomnosti „Druhého“ v druhom človeku, pochopí, že toto stretnutie je už božskou realitou, takže na konci púte — alebo aj púte životom — je to Boh, ktorý sa stretáva s Bohom.

Pravý priestor je teda priestorom vnútorným, ale obývaným druhým človekom. A práve k nemu sa usku-točňuje moja každodenná púť, ktorá odo mňa požaduje to isté zrieknutie sa a tú istú slobodu ako púť fyzická. Druhý človek je tým „Centrom“, ku ktorému smerujem a v ktorom nachádzam „Druhého“. V spoločenstve sa odhaľuje moja interiorita, môj význam, moja hlboká identita. Je to práve táto ľudská dimenzia, ktorú využíva televízny priestor na spôsob opice, a to utvorením iluzórneho spoločenstva, čo je výzvou pre všetkých, ktorí vo svojom živote hodľajú realizovať naozajstné spoločenstvo hodné človeka.

„Mediálny kruh“ utváraný medzi reklamným posolstvom, naším podvedomím a konzumným správaním sa možno teda rozlomiť a možno začať žiť vnútorný dynamizmus, ktorý nám pomáha zvládať situácie a tak rásť. Možno to robiť aktom inteligencie a vôle. Ak nás mediálny kruh drží uzavretých v sebe ako väzňov našich citov, možno z neho vyjsť pomocou nekonzumného gesta: venovania pozornosti emóciám a požiadavkám druhého človeka, ktorý je vedľa nás. Odkedy nepočúvam vážne to, čo mi hovorí manželka, manžel, syn, priateľ? Počúvanie druhého človeka, vzťah s ním ma oslobodzujú z mojej uzavretosti a uvádzajú ma do priameho kontaktu s realitou (peknou alebo škaredou) a neobmedzujú ma. Pretože čoraz častejšie sa stáva, že človek má o svede televíznu informáciu, takže potom vzťah, ktorý mám s televíziou, stáva sa modelom mojich vzťahov s ľuďmi.

Druhý človek je realitou. Utvorí priestor druhému znamená postaviť sa do reality a v nej nájsť aj seba sa-

mých: Žijeme sterilne mimo seba, pretože žijeme uzavretí v sebe, v interiorite, ktorá je falošná, pretože vylučuje druhého. Pravá interiorita, pravé stretnutie so sebou samým je to, čo ma privádza k druhému: to je paradox osoby, ktorá sa realizuje iba vtedy, keď sa otvorí voči druhému, čím uskutoční túžbu rozniecovanú módou, túžbu nenaplnenú, pretože v móde „stať sa druhým“ je iba jedným variantom zamerania sa na seba.

Druhý človek sa stáva predmetom našej pozornosti. Takto nás privádza k realite, aby sme sa vyhlí pasci obrazov a predstáv. Vďaka druhému človeku si uvedomujem rozdiel, a teda nachádzam svoje hľadisko, čiže svoju schopnosť byť autenticky sebou samým a rozvíjať projekt svojej existencie, projekt, ktorý nevylučuje druhého, ale ho považuje za nevyhnutne potrebného pre svoju realizáciu. Takto možno využiť nesmiernu energiu vzbudenú túžbou a oslobodiť sa od prefabrikovanej schémy mladého tela využívanej v reklame.

„Stať sa druhým človekom“ v rámci vzťahu znamená „býť utváraný tým druhým“. Ak je dávanie vzájomné, stáva sa spolu-bytím, spoločnou existenciou (komunitou), výsledkom schopnosti cítiť spolu (sympatiou), dávaním sa (priateľstvom), prežívaním problémov druhého (solidaritou). Tieto zväzky môžu znamenať skutočné uspokojenie hlbokej existenčnej túžby, ktoré nám telo neprestajne pripomína vo všetkých radostných i bolestných dobrodružstvách, keď sa otvára ohlasovaniu — aj keď iba neistému a nejasnému — stretnutia s „Druhým“, ktorý je Inšpirátorom tejto túžby.

Máme teda novú kategóriu, ktorú môžeme priradiť k *éthosu* a *hetairoso*, a je ňou *heteros*, ten druhý. Druhý človek je miestom, kde realizujem svoje napätie k tomu, čo ma presahuje, je to styčný bod, ktorý mi umožňuje

vyjsť zo seba bez toho, žeby som upadol do zúfalej dezorientácie. „Možno konať slobodne podľa univerzálneho a spoločne žitého kritéria? Je skrátka možná etika?“ Odpoveď na túto etickú otázku môžeme dať vtedy, keď budeme vychádzať z druhého človeka.

DRUHÁ KAPITOLA

Hľadanie druhého

Prestupovanie morálnych noriem

Viacrát sme sa zmienili o morálnych pravidlách. Ale aký význam má brať do úvahy pravidlo, a nie jeho porušenie? Tieto dve veci sú navzájom tesne späté, a teda oplatí sa nimi zaoberať. Nemám na mysli ani tak porušovanie noriem z hľadiska právneho, ako skôr inú formu ich porušovania, ktorá v posledných desaťročiach nadobudla pomerne veľký význam najmä ako kultúrny postoj. Ide o prestupovanie morálnych noriem.

V tlači — najmä bulvárnej — sa ešte tu a tam dajú nájsť postoje nadchýňajúce sa prestupovaním morálnych noriem. Ide napríklad o záletníkov, ktorých manželské nevery sa považujú za zdravé vybočenie z rutinného rodinného života. Vítané sú aj prípady menej závažné, ak vedú vyvolať troška škandálu (predstieraného alebo naozajstného), napríklad roztrhnutie sukne Stefanie di Monaco na bále Červeného kríža.

To, čo tu udiera do očí, je problém, s ktorým zápasí bulvárna tlač, keď má v čitateľovi vyvolať emóciu, že je niečo naozaj prestúpením morálnych noriem. Nedá sa totiž vyvolať emócia, keď sa o takých priestupkoch hovorí s takým istým tónom, ako keď sa rozpráva o diéte: Prestupovať morálne normy je tu prakticky povinnosťou. Ak sa však toto prestupovanie stane normou, ako sa potom možno nad tým vzrušovať?

Aby bolo možné zmerať veľkosť priestupku, treba ho

konfrontovať s pravidlom, ktoré bolo porušené. V plážových dobrodružstvách, ktoré prinášajú bulvárne týždenníky zaoberajúce sa klebetami, vážne sa porušujú manželské „normy“. Keď sa však berie do úvahy ľahkosť, s akou sa v mnohých prípadoch tieto epizódy začínajú a končia, vyzerá to tak, že oné normy nemajú pre protagonistov nijaký obsah, takže ich porušenie považujú za dočasné „osvieženie“. Ľuďom, ktorí sa celý rok hrali na šťastných manželov či manželky, poskytne sa obdobie voľna, aby si mohli vyhodit z kopytka, a potom sa vrátia a ďalej sa pretvarujú. Ale keď život „zošňurovaný“ pravidlami bol falošný, aj porušenie týchto pravidiel nevyhnutne stráca mnoho zo svojho významu.

„Veď áno..., nevera!“ nostalgicky si vzdychne niekto z tých starších, ktorí, keď sa jej dopúšťali pred tridsiatimi rokmi, robili to vážne. Vtedy totiž v spoločnosti platili presné normy vychádzajúce z tradičnej morálky. Ak niekto chcel byť navonok „slušným človekom“, nesmel porušovať všeobecne prijímané normy v oblasti hanblivosti a spolunažívania. Ak to potom robil v súkromí alebo v skrytosti, to sa mlčky tolerovalo. Tu sa utváral pomerne veľký priestor na pokrytectvo, ktoré do istej miery provokovalo porušovať morálne normy, čo sa považovalo za verejnú výzvu. Okrem iného obsahoval tento priestor v sebe istú inováciu a otvorenosť. Niektoré satirické časopisy a noviny s antiautoritatívnym zameraním, filmy s Brigitte Bardotovou, upálenie Jana Palacha, aj keď to boli priepastne rozdielne skutočnosti, mali spoločné to, že znamenali porušenie morálnych noriem.

Dnes, na prahu tretieho tisícročia, prevážila však na Západe mentalita, ktorej morálne normy sa hodne minimalizovali. Možno čokoľvek hovoriť aj robiť. Ani v jednej oblasti, počnúc sexualitou a končiac daňovou disciplínou, neexistujú už všeobecne uznávané morálne

normy. Lenže tam, kde chýbajú pravidlá, niet čo porušovať. A to je hriech, pretože porušenie mravnej normy — práve vo svojej podstate ako kultúrny, a nie iba právny fenomén — otvára, vyznačuje problém, smer, ktorým sa treba vydať. A skončilo sa to nakoniec tak, že daktori už začínajú pocívať nostalgiu po pravidlách, ale iba preto, aby bolo čo porušovať.

V súčasnosti možno hovoriť aj robiť čokoľvek a v skutočnosti sa aj všetko možné hovorí a robí. Zdá sa, že pokiaľ ide o porušovanie mravných noriem, nedá sa už k tomu povedať ani robiť nič nové. Čoraz väčší sa šíri presvedčenie, ktoré je typické pre civilizácie tesne pred svojím zánikom, že už nič nové sa nedá vymyslieť a sama oblasť novej skúsenosti sa obmedzuje, pretože aj to nové sa teraz chápe iba ako variant dovolenej hry alebo ako opakovanie už poznaného pôžitku, menej elegantné opakovanie už vyrozprávaných dejov z čias rímskeho impéria, z Petroniovho *Satiriconu*. Pre toho, kto vo svojej profesii musí zabávať druhých a vzbudzovať emócie, je to dramatická situácia. Vezmime si len zábavné programy televízie: aby zaujali, spoliehajú sa ich tvorcovia na originálne „nápad“y, ktoré už nemajú v sebe autentický náboj morálneho priestupku a degenerujú na banálnu „krajnosť“, čo ľahko môže niekoho uraziť. Typickým prípadom sú paródie na náboženské témy: možno si uťahovať z Kaddáfího tiav, ale nie z islamu, možno ironizovať pápežovo svalstvo, ale nie Ukrižovaného. Mnohí si už túto urážku neuvedomujú, pretože nemajú nijaké hlboké presvedčenie a nevedia pochopiť ani to, ako sa môže niekto pre také veci uraziť.

Už nejestvuje homogénna verejná mienka, ktorá by vyvíjala morálny tlak a vykonávala kontrolnú funkciu. A zasa naopak, nechýbajú mocné tlaky schopné vyvolať cez mediálne prostriedky nový typ správania sa, aj keď

to nerobia formou príkazov či zákazov, ako to bolo pri starých morálnych pravidlách. Pre mnohých stále platí stará výhovorka, že „všetci to tak robia“ alebo „normálne sa to tak predsa robí“, pričom to „normálne“ je zväčša čosi, čo predchádzajúce generácie nepoznali.

Situácia je zaiste paradoxná. Mnohí ľudia opustili staré morálne pravidlá, lebo cítili, že boli v protive s požiadavkou, ktorú každý v sebe cíti, totiž rozhodovať sám o svojom živote. Každý priam inštinktívne a s odporom odmietať, ak niekto s nami rozpráva zvrchu a povýšenecky. Morálne pravidlo však nehovorí iba „zvrchu“, obyčajne sa formuje v priebehu storočí na základe ľudských skúseností a takisto sa podľa nich aj mení. Aj keď je v novej situácii neadekvátne, je obrannou štruktúrou ľudskej osoby a cez uvedomenie si obmedzenia stáva sa aj nástrojom pochopenia nového, toho, čo presahuje hranicu. Ak niet priestoru, ktorý je vymedzený, poznaný a z ktorého sa dá rozhliadnuť, nemožno vidieť ani nový horizont.

Pravidlá sú potrebné. Zmysel pre cudnosť napríklad chráni intimitu, vnútorný svet človeka, pomáha mu odlíšiť sa od druhých a uvedomiť si vlastnú rozdielnosť a vlastnú hodnotu. Zmysel pre cudnosť má podstatný význam a dôležité je, aby každý mal osobnú normu, ktorá by ho vyjadrovala. Z tohto hľadiska je už vedľajšie, čo takéto pravidlo určuje. Chyba spočíva v tom, že sa odstránili pravidlá, čo má za následok, že sme sa ocitli bez styčných bodov a stali sme sa nesmierne ovplyviteľnými zo strany tých, ktorí sa nám líškavo prihovárajú formou reklám („Toto je to pravé pre teba!“) a nakoniec nám vnútiť — bez toho, žeby si to priznávali — svoje pravidlá.

Simulácia

Naša spoločnosť je veľmi rozmanitá vo svojom vnútri, v záujmoch svojich jednotlivých členov, v ich správaní sa a využívaní voľného času. Tizio sa venuje cykloturistike, Caio windsurfingu, Sempronio plachteniu na deltapláne. Táto odlišnosť však veľmi často ostáva na povrchu a nezasiahne hĺbku osobnosti, takže ľudia, ktorí sa navonok zdajú originálni a rôznorodí, vnútri sú takmer identickí a nivelizovaní v názorových stereotypoch. Takto máme manažérske typy, športové typy, typ demokrata, excentrika, pričom každý z nich sa prispôbuje modelu, ktorý mu najväčšmi sedí. Dá sa však potom hovoriť o takto modelovanom živote, že je ešte „môj“? Nejde tu azda skôr iba o hranie podľa scenára, ktorý napísali iní? Chodiť po meste, môžeme v kradmých pohľadoch čítať prežívané, ale zároveň skrývané muky: „Kráčam športovým krokom so sebaistým výrazom a so zmätenou hlavou. Predstieram rozhodnosť a prívetivosť. Vo svojom vnútri ničomu nerozumiem a nič neviem, mesto mi naháňa strach. Kráčam a predstieram, že som to ja.“ Toto predstieranie sa môže dotýkať každého. Robí sa to tak, ako keby sa naozaj žilo to, čo sa v skutočnosti iba predstiera, hrá: zamilovaní manželia hrajú svoju lásku, kňaz, ktorý káže, hrá svoju vieru...

Pochopiteľne, v spoločnosti identických osôb sa vzráha istá potreba porušovať mravné normy, čo odráža potrebu odlišiť sa, hľadať vlastnú identitu. Toto hľadanie je sťažené skutočnosťou, že sa už nedajú prekročiť mravné normy, lebo súčasná spoločnosť už akceptuje všetko, nechá ťa zomrieť tak, ako sa ti páči, nešermuje ti pred nosom nijakými normami a teda ti ani nepomáha pochopiť, kto si.

Falošné porušovanie mravných noriem predkladané v televízii a v bulvárnych časopisoch stalo sa pravidlom pre nivelizovanú verejnú mienku. Poskytuje iba iluzórnu rôznorodosť, pretože požiadavka mať vlastnú identitu nenachádza adekvátnu odpoveď a stáva sa autoexhibíciou. Azda preto sa ľudia tak ľahko obnažujú, akoby tým chceli zdôrazňovať vlastnú prítomnosť, vlastnú existenciu. A preto ľudia hovoria o sebe, rozprávajú o tých najintímnejších veciach v televíznych i v novinových rozhovoroch, ktoré už nie sú stretnutím medzi ľuďmi, ale iba spektakulárnym chrlením slov. Na druhý deň zistíš, že pokladnička v obchodnom dome je tým dievčaťom z televízie, a začervenáš sa, pretože vieš o nej to, čo by si nikdy nemal vedieť alebo čo by ti mohla odhaliť iba intimita dôverného priateľstva.

Nekontrolovateľná tendencia k vlastnej exhibícii vyvoláva rozšírenie vlastného ja, ktoré sa bráni poznaniu čiže kontaktu s realitou a pravdou. Ak človek nepozná nič okrem svojho ja, stráca svoj obsah: hovorí o sebe, vyprázdňuje sa, odhaľuje sa, pretože vo svojom vnútri nemá nič, čo by chránil, pretože nezostáva nič iné, než dať priechod istote, o ktorej si človek myslí, že ju vlastní („ja“). Keď sa sústreďí na svoje ja, je ním očarený a začne mu slúžiť: k „body-buildingu“ sa pridruží „soul-building“, pýcha vlastného ja.

Nemecký sociológ Bernd Guggenberger rozprával o simulácii ako o „živote z druhej ruky“, pretože mnohí dnes už vstupujú do kontaktu s osobami a s udalosťami iba cez médiá. Zároveň sa zmenšila ich schopnosť nadväzovať osobné vzťahy mimo schém, bez pretvárinky. Guggenberger však čiastočne ospravedlňuje simuláciu, „robenie ako keby“, prehliadanie reality, pretože keby

sme videli, akí v skutočnosti sme, nevedeli by sme sa znieť, milovať sa, žiť spolu.¹⁷

Súčasný život mnohým pripadá taký, akoby v ňom prevládala nevedomosť a pretvárinka: nechcem vidieť pravdu, aby som ďalej „robit, ako keby“ som bol šťastný manžel, vážený sused, realizovaný človek s mnohými priateľmi. Tento život sa zrieka rozmýšľania, pretože v opačnom prípade by sa úplne pokazil vonkajší dojem, ukázala by sa márnosť mnohých vecí, ktoré sa hovoria a ktorým sa údajne verí. Myslenie preniká dovnútra a dá nám pocítiť vlastnú neistotu a dočasnosť. Veď nie nadarmo sa hovorí: „Radšej na to ani nemyslím, lebo by som sa zbláznil.“ Pretvárinka je prejavom strachu pred pravdou. Neprijímam vlastné obmedzenie, vlastný počiatok a smerovanie ku koncu. Druhý človek, ktorého moje ja odmieta, predstavuje všetko to, čo si ja uvedomujem ako prekážku vlastného rozšírenia.

To je príčina, prečo naša spoločnosť jednoducho rozpráva, ale oveľa zriedkavejšie počúva. V spoločnosti identických ľudí, kde rozmanitosť je iba zdanlivá, človek už nemá tomu druhému čo povedať, pretože naozajstná komunikácia potrebuje naozajstnú odlišnosť.

Iba keď sa človek usiluje zbaviť pretvárinky s cieľom stať sa sebou samým a dosiahnuť vlastnú odlišnosť priamo a azda keď do toho hľadania vloží celý nepokoj, ktorý pocíti naliehavosti a nepohodlia môže vyvolať, ľahko upadne do nepodloženej sebainterpretácie. Je veľmi ťažké stať sa odlišným čiže sebou samým, keď vychádzam zo seba a zaoberám sa iba alebo prevažne sebou samým. Lepšie je vydať sa opačnou cestou, tou, ktorá vedie von zo seba a hľadá druhého človeka, stretnutie s ním, jeho poznanie a prijatie. To si vyžaduje ticho. Neznamená to prestať rozprávať, ale zhasiť všemožné ja, nájsť vnútornú cestu, privádzajúcu k realite, ktorú nemožno vypove-

dať. Ticho znamená, že som našiel niečo iné, ako som ja. Nehovorím, aby som nechal hovoriť druhých. Nehovorím, pretože ten druhý mi niečo hovorí. Keby sa dalo všetko vypovedať, všetko by sa dalo spotrebovať, všetko by bolo prispôsobivé mne a ten druhý by nebol. Keď vstúpim do ticha, aby som prenechal slovo druhému, postupne získam schopnosť byť stále ticho. Vnútri žijem a som prítomný, aj keď sa hovorí (lebo to už nerozpráva moje rozpínajúce sa ja, ale ktosi, kto hovorí z vlastného ticha, kto je obrátený k druhému). Ak to ticho je najprv priestorom prenechaným druhému človeku tým, že moje ja mu ustúpi, následne začína to ticho čerpať z môjho tajomstva a začína sa prihovárať aj mne slovami, ktoré som nepoznal, slovami druhého človeka, ktorého som prijal. V tomto tichu musím sa vedieť stále vracieť a kráčať po vnútornej ceste, ktorú každý od počiatku vlastní. Táto cesta je ten druhý, vnútorná cesta, ktorá vychádza z toho druhého mimo mňa a prichádza k nemu vo mne. Po tejto ceste niekto nájde toho, koho nemôže nazvať inakšie než Ten Druhý. Iný zasa narazí na tajomstvo vnútorného života bez toho, žeby ho vedel pomenovať, bez toho, žeby zistil Toho, kto hovoril. Ale keď sa dopracuje k tichu, oslobodí sa od nivelizácie, od pretvárinky a vystúpi z mechanizmu svojho „ja“ a vydá sa na cestu. Aj on si potom môže prisvojiť aspoň tretie tvrdenie pútnika z Čenstochovej: „Som pred tebou, spomínam si na teba, bdiem.“

Na záver (ale je to začiatok) možno povedať, že iba vtedy, keď prijmem druhého človeka, zistíme, že sme odlišní. Iba vtedy nájdeme svoju naozajstnú identitu, po tom, ako sme ju stratili v tichu a znova získali v slove blízkeho. Už niet viac pretvárinky, pretože to nie je môj výmysel, ale realita druhého človeka, ktorá mi hovorí, kto som. Už niet viac nevedomosti, pretože v načúva-

ní sa poznávam. Môžem zanechať tú dvojicu nevedomosti/pretvárka, ktorá usmerňuje náš život, a otvorí sa inej dvojici — poznanie/milosrdenstvo. V tom vidím podmienku ľudskej existencie seba aj tých druhých, v jej veľkosti aj krehkosti, a celú ju prijímam.

Vedení druhými

Byť iným, čiže byť sebou samým, je ťažké. A zdá sa, že spoločenský konformizmus našich dní nie je len vonkajšou imitáciou, ale vyplýva z vnútornej nivelizácie, ktorá udúša slobodu. Jestvuje spôsob, ako z toho vystúpiť?

■ Vezmime si scénu z konkrétneho života. Otec a syn sú na prechádzke v centre mesta. Okolo prejde veľký džíp, jeden z tých, ktoré pred niekoľkými rokmi prišli do módy a bez ktorých — ako sa zdá — nevedia sa zaobísť ani mnohí obyvatelia sídlisk, hoci tam sa ani po veľkých lejakoch netvorí mláky. Dieťa nad ním žasne a pýta sa, či sa tým dá ísť na púšť, a jeho očka sa rozžiaria, keď si začne predstavovať úžasné dobrodružstvá. Otec odpovie, že áno, ale poznamená, že tu nie sme na púšti a že tu džíp slúži iba na to, aby sa jeho majiteľ mohol vyťahovať pred druhými.

■ Ticho. Chlapec sa krátko zamyslí. O chvíľu prefrčí okolo veľká toyota a chlapec so smiechom za ňou kričí: „Radšej si kúp ťavu!“ Otec so zjavným uspokojením zamieri k stánku so zmrzlinou.

■ Analýza: Chlapec je bezpochyby veľmi bystrý. Má veľkú fantáziu (ktorá v ňom vzbudí živú predstavu púšte), ale tá mu nebráni, ba skôr pomáha mu vstúpiť do logického vzťahu s vecami. A to mu umožní pochopiť (ináč než ľuďom sediacim v džípe) absurdnosť celej situácie.

Problém: Prečo sa iba málokto usmeje, keď okolo neho prejde taký neprímeraný dopravný prostriedok? A prečo mnohí priam túžia vlastniť také vozidlo?

Namiesto toho, aby sme si odpovedali priamo, otvoríme si starú knihu Davida Riesmana *Osamelý dav. Analýza zmeny amerického charakteru*.¹⁸ V tejto štúdii Riesman poznamenáva, že v Spojených štátoch vznikol bezprostredne po druhej svetovej vojne nový sociálny typ — ten sa potom rozšíril v nasledujúcich desaťročiach na celom Západe —, a to jednotlivec charakterizovaný osobnosťou, ktorú vedú druhí, ktorá nemá v sebe kompas, čo by sa ním dala viesť, ale pasívne prijíma usmernenia druhých. Tí druhí sú ľudia, s ktorými je tento jednotlivec v priamom kontakte, z okruhu známych a priateľov, alebo ľudia, s ktorými prichádza do kontaktu prostredníctvom médií.

Taký človek sa predovšetkým usiluje páčiť sa druhým a chce, aby ostatní schvaľovali jeho konanie. V spoločnosti, v ktorej dominuje takýto postoj, je najdôležitejšie byť populárny.

Je tu takmer povinnosť prijímať vonkajšie i vnútorné pravidlá, vkus, symboly, módu prevládajúcu u súčasníkov. To je príčina, prečo tak málo našich súčasníkov sa zasmieje, keď okolo nich prejdú „beduíni“ v džípe. Dopravný prostriedok je totiž symbolom spôsobu čítania, ktorý sa stal spoločným, aj keď je typický len pre spoločenskú vrstvu, do ktorej by mnohí chceli patriť a ktorá vie vnútiť svoj vkus väčšine.

Takýto typ patrí v Spojených štátoch k strednej vyššej triede bývajúcej vo veľkých mestách. A práve prostredie veľkomesta, ktoré rozkladá tradície a tradičný rytmus života, má kľúčový význam pre rozvoj fenoménu sekularizácie, ako poznamenáva Harvey Cox v knihe *Svetské mesto*. Také mesto si už viac neuvedomuje po-

trebu rešpektovať pravidlá a podriaďiť sa autorite, ktorá ho presahuje, ale žije iba v horizontálnom rozmere: urbanizácia znamená, že „istý stupeň tolerancie a anonymity nahrádza tradičné morálne sankcie... Technologicke veľkomesto poskytuje spoločenské prostredie, ktoré je nevyhnutné pre ‚svet bez náboženstva‘, a preto sme ho nazvali sekulárnym slohom“.¹⁹

V sekulárnom meste autoritou sú súčasníci, tí druhí. Tradičný pocit viny, ktorý sa pociťoval vtedy, keď sa porušil nejaký vyšší príkaz, nahradil sa obavami a znepokojením, či človek bude stačiť druhým, či bude schopný sledovať smerovanie skupiny, do ktorej patrí alebo do ktorej hodlá vstúpiť.

Nie je to iba vonkajšie napodobňovanie. „Taký človek,“ poznamenáva Riesman, „chce sa vyrovnáť ostatným nie natoľko vo vonkajších znakoch, ako skôr v kvalite ich vlastnej vnútornej skúsenosti“.²⁰ Ide skrátka o naozajstné vnútorné prispôbenie vlastného vkusu, potrieb, uznávaných hodnôt, celého vnútorného pocitu čítaniu súčasníkov. A keďže toto vnútorné prispôbenie sa zapustilo korene už v prvých rokoch života, taký človek si neuvedomuje že ho vedú druhí, ale naopak, je presvedčený, že ak bude sedieť v módnom džípe, bude to originálny prejav jeho osobnosti.

Scéna s džípom, ktorá sa odohrala v Ríme, mohla sa takisto stať v Paríži, v New Yorku alebo v Hamburgu. Typickou črtou takého človeka je naozaj kozmopolitizmus opierajúci sa o unifikovaný a médiami homogenizovaný svet. Veď v Paríži, New Yorku a Hamburgu sa ľudia dívajú na tie isté televízne programy. „Centrum mesta je všade,“ hovorieval Cox. Naozaj, človek vedený zvonka, vysvetľuje Riesman, „je kozmopolita. Pre neho hranica medzi tým, čo je známe a čo neznáme, je odstránená..., v istom zmysle je doma všade a nikde,

s kýmkoľvek je schopný rýchlo nadviazať intímny vzťah, aj keď niekedy povrchný“.²¹

V týchto formách povrchnej intimity a nezáväzného priateľstva je jeden ako druhý, typické osobné črty sa zahmlievajú až miznú. Dôležité je patriť do skupiny, urobiť dojem a to, čo v danej chvíli diktuje prevládajúca verejná mienka, a tomu zároveň prispôbovať svoje vlastné intímne pocity.

Je zaujímavé si všimnúť, že „tí druhí“ nie sú naozaj tými druhými, čiže osobami, s ktorými sa môžem vskutku konfrontovať, ale sú zredukovaní na nástroje, ktoré každý využíva na to, aby utváral imidž, štýl života, aký chce predstavovať. Takto nikto nie je naozaj sebou samým, pretože v takom prípade by nevyhnutne bol iný, než sú ostatní. Autenticky odlišný človek je slobodný, neprijímajúci nekriticky spoločenské pravidlá, kladúci si otázku, čo je správne, a hľadajúci svoju vlastnú normu. Takého človeka sotva prijmú v spoločnosti, ktorá akceptuje iba konformne „rovnakých“.

Možnože túto nivelizáciu („zglajchšaltovanie“) vôbec nepobadáme, pretože dominujúcou ideou v spoločnosti je súťaživosť, individualizmus, ktorý zjavne ľudí navzájom diverzifikuje. Individualistická súťaž (ktorá má aj nesporné prednosti) vo forme, v akej sa v súčasnosti praktizuje, produkuje najmä hierarchickú odlišnosť — ako môžeme zistiť, keď sa rozhlíadneme okolo seba —, skupiny s rozdielnymi príjmami: ľudia majú viac alebo menej peňazí, za ktoré si kupujú tie isté veci-symboly. Furio Colombo v knihe *Kariéra: Stojí dať za ňu život?*²² jasne poukázal na zmätky, rany, sociálne neistoty zapríčinené bezuzdne súťaživým a individualistickým spôsobom života, aký sa v osemdesiatych rokoch udomácnil v Spojených štátoch. Spolu s individualizmom utvára súťaživosť výbušnú zmes, ktorá núti všetkých sú-

ťažiť. Ľudia, ak chcú, aby ich uznávali, žijú v ustavičnom chvate, pritom v dlhodobej perspektíve rozbíjajú spoločenské zväzky a strácajú uznanie, o ktoré bojujú.

Niečo iné je však autentická odlišnosť ľudí, výraz originalnosti každej osoby, ktorá sa nedá získať víťazstvom v súťaži. Na jej dosiahnutie treba vystúpiť z odosobnenia (mylne chápaného ako personalizácia), nájsť seba samého.

Odlišnosti

Až do akej miery sa možno dať „zglajchšaltovať“? Život, keď sa mu bližšie prizrieme, ide opačným smerom. Vy-náša do popredia osobné rozdiely pri mnohých príležitostiach, ktoré sa však treba namáhavo učiť rozoznávať.

Jednou z tých príležitostí je bolesť. Môže ísť o bolesť zubov alebo aj o čosi vážne, ale skutočne v bolesti objavujem, že nik nebude trpieť namiesto mňa. A keď si kladiem otázku, prečo trpím, prečo práve ja, znamená to, že som vystúpil z džípu a konečne si kladiem otázku týkajúcu sa seba. Zároveň je to pýtanie sa na druhých, na to, aký majú pre mňa význam, na to, prečo vo výkriku bolesti som sám. Bolesť ma zbavuje vzťahov. A situácia sa mi ukazuje nezmyselná. Veď ako je možné, že ma bolesť núti klásť otázky a zároveň ma oddeľuje od osôb, od ktorých už zo zvyku alebo aj preto, že výkrikom dávam najavo svoju bolesť, očakávam odpovede?

Keby sme túto otázku lepšie prečítali, pochopili by sme zmysel celej situácie. V bolesti a samote človek svoju otázku nesmeruje navonok k druhým, ale otvára ňou cestu dovnútra, do „seba samého“, ktorého nepozná. Otázka „Prečo práve ja trpím?“ v skutočnosti znamená: „Kto som, že trpím?“

Ďalšou príležitosťou je objavenie skutočnosti, ako le-
tí čas. „Moja dcéra sa vydáva“ je skutočnosť, ktorú si
uvedomím odrazu, i keď som ju stále predvídal. Dáva mi
pochopiť, že život obsahuje viac, než som si myslel
a než som očakával, alebo že je viac, než môžem ob-
siahnúť ja. História, príroda sú väčšie než ja, ale pred
očami sa stále vynára perspektíva konca, perspektíva, že
ma „pohltnúť“ čosi, čo nepoznám a čo mi azda naháňa
strach, a uvedomujem si, že všetky zväzky, ktoré ma pú-
tajú k druhým, sú iba provizórne, a v istej chvíli zápasu
nepočujem už okolité hlasy z hľadiska štadióna, lopta sa
vracia ku mne a aj keď mi dochádza dych a už neviem,
kde je bránka, všetko zrazu závisí odo mňa. Všetko toto
chápem a uvedomujem si, že tu ide o mňa.

Môže sa to stať aj po autonehode, ktorá, aj keď nebo-
la vážna, dala mi zakúsiť strach zo smrti. Vraciam sa do-
mov a znova nachádzam svoje veci: neprečítané knihy
na stole, pohľadnicu od priateľov, účet za telefón, zo-
znam vecí, ktoré treba kúpiť. Je tu trojkolieska, ktorú
treba opraviť, v záhrade treba zaštepíť ruže, o chvíľu sa
vrátia deti zo školy. Koľko vecí by som nechal nevyba-
vených, vecí, ktoré teraz vyplňajú moje dni a ktoré bu-
dú existovať aj bezo mňa! Chápem, že tieto veci nie sú
ja, aj keď som pripustil, aby vyplňali môj život. Teraz
však viem, že časť mňa chce žiť nad nimi, nad všetkým.

Aj láska alebo priateľstvo sú vhodnými príležitosťami.
Ona miluje mňa a nikoho iného, jej hlas sa mi pri-
hovára a preniká do môjho vnútra. Ona sama žije v mo-
jom vnútri: ona a nik iný. Ja som iný než ostatní, ona je
iná než druhé ženy. Je to čistý osobný vzťah, do ktorého
už nič iné nevstupuje. „Som iba s ňou“ — tento bežný
výraz hovorí, že stretnutie s druhým človekom sa odo-
hráva v samote. S druhým človekom sa môže stretnúť
iba ten, kto svoje vnútro vyprázdnil od vonkajších pre-

ludov a takisto umlčal vnútorné hlasy, ktoré sa križujú
a zaberajú priestor druhého človeka.

Život v podstate sústavne pobáda toho, kto sa nechá
viest, do tejto samoty, v ktorej človek objavuje seba
samého, vlastnú osobnú rozdielnosť, druhého človeka.
V tomto stave pravdy sa objavujú pozitívne stránky
„prispôsobovania sa“, ktoré charakterizuje osobnosti
ovládané druhými, čiže osoby, čo by sme mohli nazvať
„priemernými“, teda aj nás samých.

Schopnosť porozumieť posolstvám druhých, prispô-
sobiť im náš vnútorný svet, môže sa využívať negatívne.
Práve to robí deň čo deň odosobňujúca reklama a vý-
sledkom je konformizmus. Ak však berieme toho druhé-
ho vážne, schopnosť prispôbiť sa mu stáva sa schop-
nosťou pochopiť ho, byť s ním na tej istej vlnovej dĺžke.
Druhý človek je cestou oslobodzovania sa od všetkého
toho, čo je zbytočné. Ak ho počúvam, ak mu takrečeno
poskytnem príbytok vo svojom vnútri, zaberie v ňom
svoj priestor a donúti ma vyhodíť von všetko ostatné,
aby tam mohol byť. Ak vážne beriem nároky toho dru-
hého, tak idey, mylné dohady, obavy, predsudky, prelu-
dy sú nútené uvoľniť miesto.

On vstupuje a rozširuje hranice mojej ochoty: „Bol
som ochotný dávať málo, ale okolnosti ma priviedli k to-
mu, že som dal oveľa viac.“ Obmedzenia, ktoré neraz
kladieme svojej veľkorysosti, sú oveľa tesnejšie než na-
ša naozajstná vnútorná veľkosť. Ak ti druhý človek tieto
hranice zvalí, zabolí to, ale ty urobíš nový objav. Je to
práve druhý človek, čo ťa, ak ho berieš vážne, skôr či ne-
skôr privedie k „samote“ so sebou samým, ktorá obráti
tvoj pohľad „dovnútra“, kde objavíš nesmierny oceán
a naučíš sa klásť osobné otázky a počúvať hlas odpove-
de pripomínajúcej fľašu vyhodenu vlnami na morský
breh. Objavíš, že pravá samota nie je oddelením sa od

ostatných, nie je autonómiou vlastného „ja“, ale oslobodením sa od vonkajškivosti, čo je nevyhnutný predpoklad na to, aby si mohol zažiť hlboký intímny vzťah.

Práve v tejto samote prichádza k stretnutiu: ticho a počúvanie sú mojím počiatkom, sú v mojom hlbokom strede a okamih za okamihom ma volajú, aby som bol nad všetkými vecami a situáciami. Keď si v tomto strede a povieš „sedím v perfektnom džípe“, nebude to mať nijaký význam. Ani slová „som novinár“, „som roľník“, „som otec rodiny“, „som kňaz“ netlačia sa už viac na pery, lebo chápem, že ja a úloha, ktorú mám plniť, to nie je jedno a to isté. Nikto nevolá seba samého, ale sú to tí druhí, ktorí ťa oslovujú po mene, je to ten druhý, ktorý ti dáva identitu a slovo, ktorý prebúda vnútorný život, práve tak ako od druhého si prijal aj fyzický život. To je to pravé prispôsobenie sa druhému, ktoré môže človeku dnešnej epochy pomôcť objaviť v sebe vnútornú slobodu. Treba však uznať, že tento vzťah nemôže byť iba horizontálny: že sa stretnutie dvoch ľudí, dvoch jednotlivcov, z ktorých každý je nositeľom sebauplatnenia, vyrieši v zničujúcom konflikte, v ktorom nikto „nepovie meno“ druhého, neuzná ho, ale bude sa usilovať vnútiť mu meno, ktoré on chce, bude sa pokúšať podriaďiť si toho druhého a dostať ho do svojich služieb. Iba človek, ktorý sa stane nositeľom Druhého, iba človek, ktorý žije v sebe, môže stretnúť druhého človeka, a to iba vtedy, keď ten Druhý je schopný — v zdanlivom parodoxe, ktorý v sebe skrýva tajomstvo Kristovej osoby — byť aj nebyť. V opačnom prípade by sa vzťah premenil na konflikt „dvoch absolúten“.

Ako to však obyčajne vo svete chodí? Zvyčajne tak, že aj ten, kto je presvedčený, že ťa má rád, obáva sa, ako obstojíš pred sebou, obáva sa, že opustíš svoj kruh, obáva sa, že ťa už nepochopí. A takto, o čo je niekto schop-

nejší — najmä ak je mladý —, o to väčšmi ľudia očakávajú, že svoje schopnosti využije „normálne“, čiže na to, aby zarobil peniaze a získal si prestíž. Pribuzní a priatelia sú schopní roky na teba vyvíjať nátlak a usilujú sa ťa presvedčiť („Veď už nie si malý chlapec...“), pokúšajú ťa („Ešte si si nekúpil nové auto“). A v spoločnosti „džípov“ je čoraz zložitejšie sa dostať naozaj mimo cesty „do terénu“ pri hľadaní seba samého a vedome pritom opustiť perspektívu blahobytu a istoty, ktorú rodina a okolité prostredie očakávajú od človeka.

Ľudia iného razenia sú však potrební na to, aby sa uchovala soľ vo svete. Ide o tých, čo nehľadajú vo všetkom zisk, čo nezištne svedčia o tom, že život, ktorý dostali, je dar, a teda má nevyčísliteľnú hodnotu a možno ho iba vrátiť. To neznamená, že táto voľba je niektorým povolaniam vlastnejšia ako druhým, že ak sa pre ňu niekto rozhodne, musí sa stať rehoľníkom, a nie napríklad rockovým spevákom. Ide tu o vnútornú dispozíciu, ktorá ťa privádza k tomu, že všetko tvoje konanie je výsledkom intímneho dialógu s vnútorným hlasom, vďaka ktorému sa vieš povzniesť nad všetky veci. Vyžaduje si to však odvahu vystúpiť z džípu a naozaj sa vybrať do púšte.

Nuda

Medzi fenoménmi, ktoré v najväčšej miere sťažujú slobodnú voľbu, má popredné miesto nuda. Postihnutých je ňou mnoho ľudí, ale iba zriedkakedy sa považuje za chorobu, ba dokonca za jav, v ktorom sa spája psychologická choroba s chorobou morálnou. Tieto dve stránky treba síce rozlišovať, ale v reálnom živote sú veľmi často spojené. Azda práve preto, že je nuda taká rošírená, po-

važuje sa za normálnu. Najčastejšie si ľudia ani neuvedomujú, že ňou trpia, lebo si myslia, že ak je niekto niečím zamestnaný, nemá čas nudiť sa. Napriek tomu však intenzívna aktivita nebýva vždy vyvolávaná nejakou hlbokou motiváciou. Niekedy je to naopak, že práve ona zakrýva absenciu naozajstného motívu konať a žiť. V takom prípade horúčkovitá aktivita a intenzívna zvedavosť, ktoré človeka pobádajú rozbiehať tisíce iniciatív, navštevovať rozličné prostredia a vyhľadávať nové stretnutia, nie sú ničím iným než vonkajším „hlukom“ vhodným na odpútanie pozornosti a zásterkou na zakrytie vlastnej bezradnosti. „Aktivita“, a ešte väčšmi „prehnaná aktivita“, slúži iba ako zámienka na to, aby človek nemusel hľadiť do svojho vnútra a aby stále pracoval, až kým ho nezmôže únava, a potom šiel spať bez toho, žeby nuda dala o sebe vedieť.

To všetko je však zbytočné: ten, kto si uvedomil vnútornú prázdnotu, zostane — aj keď podvedome — takto upriamený na svoj problém. Tak ako mladší brat vo filme *Rain man*, ktorého stále pohlcovala práca, keď bol sám so svojím dievčaťom, nemal sa s ním o čom zhovárať. Vtedy sa totiž prejavila jeho vnútorná prázdnota vyplývajúca z nedostatku šťastných chvíľ, ktoré nezakúsil vo svojom detstve, a z chýbajúcej lásky, ktorú nepocítil od svojho otca.

Je to problém masový, privádzajúci k uzáveru, že jednou z hlavných starostí dnešného človeka je, ako „uniknúť nude“. Stačí pozorovať cestujúcich v autobuse či v metre niektorého veľkomesta, aby sme sa presvedčili o existencii veľkej kolektívnej depresie, nazvanej aj „maškarnou“ alebo „usmievajúcou sa depresiou“. Ak sa nuda „nekompenzuje“ nejakým rozptýlením, môže táto depresia vyvolať agresívne alebo ničivé správanie sa. Vo vážnejších prípadoch sa môže človek sám raniť, aby

vôbec niečo pocítil, aby cítil, že žije. Takí chorí sa vyznačujú cynizmom, nie sú schopní pochopiť bolesť druhých. „Zabiť,“ komentuje to Erich Fromm, „je jedným zo spôsobov, ako si môže človek pripomenúť, že žije a že vie vyvolať nejaký účinok u druhej bytosti.“²³

Je zrejmé, že nejestvuje iba jeden agresívny spôsob, ako sa dá zasiahnúť do života druhých. Dá sa to robiť nie iba bránim alebo ničením, ale aj dávaním. Chorí, o ktorých hovorí Fromm, nevidia v druhom človeku nijakú hodnotu. A nielen oni ju nevidia, ale — i keď v miere považovanej za „normálnu“ — ani cestujúci v metre, ktorí ti nikdy nepozrú do očí, neuvoľnia miesto tomu, kto to potrebuje, ale cestujú uzavretí pred druhými, ako keby boli sami.

Nuda je psychologický stav spočívajúci v nedostatku citov a v neschopnosti pocítiť stimuly, ktoré by boli dostatočné na to, aby podnietili človeka konať. Nepokoj, horúčkovitá aktivita a povrchná zvedavosť sú iba psychologickými stavmi sprevádzajúcimi nudu, ktoré sa navzájom striedajú. Spolu s ňou sú prejavmi prázdnoty a nedostatku vnútornej motivácie. Sú však fenoménom nielen psychologickým, ale najmä morálnym a duchovným. „Aby človek dospel do stavu nudy,“ tvrdí Emilio Tiberi, „musí mu ona nakaziť vnútro, vedomie, rozum. Svet sám osebe nie je nudný, ale treba ho tak interpretovať, treba ho previesť cez systém viery a hodnôt.“²⁴

Ako vzniká nuda? Človek si môže zrazu uvedomiť, že veci a situácie, ktoré mu až donedávna prinášali uspokojenie, nemajú zmysel a sú márnosťou. Pocit uspokojenia, ktorý mával dovtedy, vystrieda pocit prázdnoty. Jeho vlastná úloha v živote mu zrazu pripadá nezmyselná. A toto vedomie ukazuje život z iného zorného uhla: otvoril sa prielom do Bytia, škára, ktorá sa stále rozširuje a cez ktorú preniká Nič.

A stačí, že to prázdno sa objaví v jednom bode našej existencie — tieň pochybností padne na všetko. Už nie sme pokojní a naša práca nás už neuspokojuje: sme z toho vedľa, svoju existenciu vnímame ako celok a chceli by sme mať úplné vysvetlenie všetkého. Predtým nám stačilo to, čo sme robili. Teraz sa nám zdá, že už ani „všetko“ nepostačuje a že len „úplné“ vysvetlenie môže dať zmysel každému jednotlivému gestu.

Táto radikálna otázka nie je iba čímsi „fakultatívnym“, čo môžeme mať, ale nie je pre nás nevyhnutné, a čo sa ponúka iba ako čosi navyše. Naopak, týka sa to každého, ako to dokazuje aj skúška odvahy, ktorú musia podstúpiť mladí ľudia niektorých kmeňov, ak chcú, aby ich vpustili do sveta dospelých. Je to otázka vpísaná aj vo veciach, ktoré od chvíle, keď boli vyrobené, nosia v sebe svoj vlastný cieľ, takže v každej chvíli sa môže prejavíť prázdno, ktoré v nás zanechajú. Skutočnosťou je, že človek často nenájde vhodnú odpoveď a je z toho sklamaný. „Nemám dôvod žiť,“ myslí si, „a tak sa uspokojím so skúsenosťou, ktorú prežívam.“ Bez totálneho zmyslu sa život stáva iba sledom epizód, pričom aj tie najdôležitejšie rozhodnutia, ako je voľba povolania alebo manželského partnera, sú výsledkom okolností, náhody.

Konzumizmus sa usiluje orientovať a vyplniť tento sled epizód, poskytuje logickú niť a zo všetkých síl bráni, ako sme to videli, tomu, aby nepríjemné otázky znepokojovali naše svedomie. Konzumista sa usiluje byť človekom, akého model mu predkladá reklama. Hľadá teda svoju sebarealizáciu v tom, čo sa mu ponúka, a vyhýba sa otázke, „kto“ je v skutočnosti. Stotožniac sa so vzormi, ktoré mu ponúkajú filmy a reklama, stáva sa striedavo mladým dynamickým manažérom, sebavedomým športovcom, zrelým mužom vyznačujúcim sa mla-

distvým elánom, ale nikdy nebude vedieť, kým naozaj je. Svoju skúšku dospelosti nezloží, aj keď si to nik nevšimne.

Takto sa začína život, ktorý je neautentický, ktorý ja nežijem, pretože je založený na stálom vyhľadávaní vecí mimo mňa. Nie je to môj osobný príbeh, pretože ten sa vyznačuje sledom udalostí odohrávajúcich sa nielen navonok, ale predovšetkým vnútri, a pozostáva z otázok a odpovedí, krokov neraz aj bolestivých, cez ktoré človek rastie. Môj vnútorný život sa však zablokoval na tej radikálnej otázke, na ktorú som nedostal odpoveď. A tak nenastáva rast, ale ide sa v začarovanom kruhu, kde sa vychádza z nudy, priam horúčkovo sa hľadá rozptýlenie a vracia sa opäť k nude.

Situácia sa môže ešte sťažiť pôsobením našej fantázie, ktorá, keď je na tejto koľaji, je schopná predvídať celú existenciu. Preto sa niekto vrhá do rizika, iný sa vystavuje nebezpečenstvu a tak sa dobrodružným spôsobom života pokúša prelomiť tento kruh. Média šíria túto predstavu o živote, ale najmä šíria emócie, pričom divák — ktorý si aj tak nikdy v živote nesadne do vozidla formuly 1 — vŕhajú do rizika, ktorému sa vystavujú druhí. Využíva sa tu schopnosť ľudí byť účastnými na živote a na bolestiach druhých ľudí, ale nie preto, aby im pomohli, aby sa ujali konkrétneho problému, čiže aby našli zmysel života, ktorý by premohol nudu, ale naopak, aby šíрили emócie, ktoré sú zdanlivými riešeniami, pretože liečia iba symptómy, podobne ako aspirín, ktorý znižuje horúčku, ale nelieči infekciu.

Významná časť informatívneho a zábavného systému pracuje s emóciami. Najzjavnejšími prípadmi sú komentári televíznych prenosov zo športových podujatí, ktorí stále zrýchľujú svoje komentovanie, pričom často a bez príčiny zvyšujú hlas a kričia. Podobne na emócie

sú zamerané aj niektoré správy, ktoré sa usilujú vyvolať a podnecovať city. To, že toto všetko otupuje diváka a udržiava ho v stave „skrytej“ nudy, stáva sa zrejším pri sledovaní niektorých televíznych filmov, v ktorých po každej vtípnej vete pustia aj vopred nahratý smiech, čím sa nielen vyvolá v divákovi emócia, ale sa mu aj naznačí — keďže ho považujú za presýteného a beztvareho —, na čom sa má zabávať. Nahratý smiech je niťou, ktorou sa Gašparkovi poťahujú ústa, aby ich otvoril.

Napriek tomu sa zdá, že predstava o živote ako dobrodružstve nie je mylná. Tu by sa však riziko nemalo obmedzovať iba na fyzické, ktoré je nezrelou a neúplnou interpretáciou životného dobrodružstva. Radikálnym rizikom je prijať to, aby niekto druhý zasahoval do nášho života, aby doň vstupoval so svojimi požiadavkami, problémami, čo vyvoláva naozajstné karamboly, ktoré menia náš program. Kým mám život uchopený vo svojich rukách, nevystavujem sa nijakému skutočnému riziku, pretože aj keď riskujem, že si zlomím krk, som to stále iba ja, kto o tom rozhoduje, takže aj keby som zomrel, nebolo by to nič nepredvídané. Keď sa však mne, ktorý som nijaké riziko nevyhľadával, narodí postihnuté dieťa a ja ho neopustím, žijem práve vtedy svoje naozajstné dobrodružstvo.

Riziko a dobrodružstvo sú spojené s osobným rastom. Zreteľne to vidieť na dieťati, ktoré vo svojej fantázii prežíva tisíce dobrodružstiev. Aby sa chlapec „stal veľkým“ čiže dospelým, treba, aby nejakým spôsobom tým veľkým už bol. A dieťa vo svojej fantázii, v ktorej vystupuje ako hrdina a vojvodca, predvída dobrodružstvo, ktoré bude od neho v skutočnosti život vyžadovať v ťažkých chvíľach skúšky alebo choroby, alebo v ťažko dodržiavanej vernosti milovaným osobám, či pri dôslednom plnení svojich záväzkov a sľubov, ktoré pre von-

kajšie okolnosti je takmer nemožné splniť. Cez takéto hrdinstvo sa každý z nás stáva vnútorne veľkým, a to podľa svojich daností a schopností.

Kto sa už od detstva spravuje racionalizmom a tak sa rýchlo stáva „dospelým“, stráca veľkú časť seba samého. Ten, kto nikdy nebol veľkým vojvodcom alebo fantastickým hrdinom, môže sa síce stať šéfom v nejakej firme, ale iba ťažko bude naozajstným veliteľom seba a jeho život bude ako loď, ktorá nikdy nevyplávala z prístavu. Ak niekto ako dieťa sníva o sebe ako o hrdinovi, neskôr v živote mu to pomáha poznať a prijímať príležitosti na hrdinstvo. Dieťa, ktoré uteká do útoku s krikom, pretože je veľkým vojvodcom, nielen sníva, ale má tušenie o sebe a o ceste veľkosti, ktorou ako človek bude môcť prejsť. Je to silná túžba byť sebou samým, túžba po šťastí a slobode, ktorá je prítomná v každom človeku. „Táto vôľa byť úplne sebou samým,“ vysvetľuje teológ Severino Dianich, „nie je následkom nedostatku iných možností, ale naopak, ona predchádza všetky ostatné: je to silná pružina, ktorá dáva impulzy ľudskému konaniu vo všetkých jeho prejavoch a úvahách, túžbach, plánoch, rozhodnutiach, podujatiach.“²⁵

■ Prečo táto vôľa byť sebou samým sa často nerealizuje a človek zápasí s Ničím, a nie s Bytím? Prečo sa spontánne hrdinstvo dieťaťa nepremietne do bežného života?

■ Ako sme videli, podstatnou charakteristikou človeka trpiaceho nudou je asociálnosť, prejavujúca sa v mnohých odtieňoch počnúc ľahostajnosťou cestujúcich v metre a končiac niekedy až priam vražedným cynizmom chorého. Správanie sa asociálneho dospelého a dieťaťa má niektoré podobné aspekty práve preto, že asociál je muž, ktorý nevyrástol. Dieťa napríklad nevie pochopiť zmysel pravidiel a dôvod trestu za ich porušenie. Neriebie tie pravidlá za svoje, vnucuje mu ich dospelý,

ktorému je podriadený. Morálka dieťaťa v prvých rokoch života je „morálkou poslušnosti“. Spočíva v tom, že norma má silu dovtedy, kým sú prítomní dospelí, ktorí ju môžu presadiť svojou silou, ale len čo tí odídu, jej moc sa končí.

Normu si dieťa osvojuje tým, že sa vnútorne stotožní s nejakým modelom. Ak si teda synček vezme za vzor otca, ak chce byť ako on a vo svojich hrách napodobňuje jeho osobu, osvojuje si aj normu, ktorú mu odovzdal otec. Napriek tomu, vysvetľuje psychológ Assunto Quadrio, „mnohé výskumy ukazujú, že rodičia asociálnych detí (mladistvých delikventov) sú vo všeobecnosti menej vlúdni, prítulní, menej starostliví“.²⁶ Tak deti nič nepriťahuje. Sotva si zvolia za vzor svojich rodičov, ktorí ich málo milujú alebo vôbec nemilujú. Preto aj pravidlá, ktoré im vnucujú takí rodičia, vnútorne neprijímajú a kedykoľvek sa im naskytné príležitosť, nedodržiavajú ich. Dospelými sa stávajú podľa matriky, ale naďalej sa vnútorne búria proti pravidlám, alebo ich z konvencie a konformizmu prijímajú, ako sa to často stáva, ale tak sa zrieknu prirodzenej a základnej slobodnej voľby. V každom prípade budú stále podriadení norme, ktorú možno prekonať iba tak, keď sa jej človek zmocní, čiže keď ju ovládne vo svojom vnútri.

Láska rodičov čiže otvorenosť voči dieťaťu, záujem niekoho iného o osobu dieťaťa, je teda rozhodujúcim faktorom rastu pre dieťa, ktoré vďaka tejto otvorenosti iného človeka voči sebe je pobádané otvoriť sa a priviesť druhého človeka do svojho vnútra. Práve takto človek rastie, práve vo vzťahu s druhým realizuje seba samého. Prirodzene, postupne ako rastie, mení sa situácia závislosti, v ktorej sa ako dieťa nachádza, na partnerský vzťah a „morálku poslušnosti“ vystriedava autonómna morálka. Základná metóda rastu však ostáva nezmenená: no-

vé človek dosahuje prostredníctvom vzoru čiže cez intímne otvorenie sa voči druhým. To všetko odkrýva skutočnosť, že človek vo svojej hĺbke, vo svojej podstate je štruktúrne otvorený. Jestvuje intímna sociálnosť, majúca podstatný význam pre človeka a otvárajúca ho dialógu s Druhým, ktorý je intímne prítomný. Sám si nemôžem vymyslieť ani vybudovať nijakú otvorenosť, ktorá nie je vlastná mojej prirodzenosti. Iba vďaka tomu, že sa prejavujem voči Druhému, môžem sa otvárať počas svojho života voči každému človeku, s ktorým sa stretnem.

Ľudská skúsenosť sa stretáva s Ničím. Máme z neho strach, pretože v ňom vidíme ohrozenie svojho Bytia. Toto Nič triešti falošné a nedostatočné dôvody a pobáda hľadať a prehlbovať motivácie, ktoré sám rast osoby alebo nové a tvrdé skúsenosti odhalili ako nedostatočné. Ak toto hľadanie neprinesie výsledok, môže prísť rozčarovanie a prevládnuť smútok, do ktorého sa človek prepadne ako Atrax, Atreiov kôň v Endeho *Nekonečnom príbehu*. Toto Nič zabíja, čiže ničí to, čo je: zmietanie sa inteligencie vnútri Ničoho vyvoláva nihilistické myslenie spočívajúce v zúfalom hľadaní hraníc reality, ktorá sa rozpadáva. V tomto zmysle samo myslenie sa stáva nositeľom nihilizmu, pretože rozširuje znetotožňovanie na poznateľné nekonečno, ku ktorému inteligencia svojou podstatou stále smeruje. Je to myslenie, ktoré je schopné zachytiť iba ne-bytie reality a toto ne-bytie kryštalizuje, dáva mu súdržnosť, takže to ne-bytie, ktoré sa najprv objavilo ako tajomstvo bytia, stalo sa potom v nihilizme rozvinutom na úroveň systému samou podstatou vecí a bytie a ne-bytie sú totožné. Táto forma myslenia je jedným prúdom súčasnej kultúry prejavujúcim sa tak v teoretickom odraze, ako aj v každodennom správaní sa, ako napríklad v správaní sa konzumnom,

alebo v neschopnosti nadviazať trvalé vzťahy čiže udržať bytie v jeho prirodzenej súdržnosti a v inom správaní sa, ktoré budeme skúmať neskôr. Nihilizmus je teda dnes masovým javom, trýžňou súčasnosti.

To však vôbec neznamená, že Nič pri svojom vstupe do ľudskej skúsenosti neukazuje možnosti rastu a nevedie k iným hĺbkam. Enrico Tiberi ukazuje, že práve mystici čerpajú zo skúsenosti Ničoho. Majúc na mysli najmä Teréziu z Ávily a Jána z Kríža, poznamenáva, že u mystikov Nič nesprevádza nuda, čiže netrpia nudou ako psychologickým následkom deprivácie spojeney s Ničím.²⁷ Vysvetlenie — zdá sa mi, to isté, aké poskytujú sami mystici — spočíva v personalistickom rozmere kresťanskej mystiky, ktorá žije Nič, Temnotu, Prázdno ako stopy Osoby alebo výrazy jej tváre, čiže ako aspekty vlastnej histórie s Druhým.

Nuda tu nemá miesto, pretože človek sa nezameriava na vlastné „ja“. Mystici nedávajú tomuto Nič opodstatnenosť vyplývajúcu zo sústredenosti na seba. Nič má svoju vlastnú „realitu“ spočívajúcu v ukrývaní tváre Bytia, ktorá sa ešte neukázala. Nič, ako hovoria mystici, ukrýva Meno.

Aký je úžasný tento čas, keď masový nihilizmus vyjadruje — i keď prevrátené, ako je to typické pre ideológiu — potrebu mystiky, ku ktorej dospel Západ... Akým fantastickým dobrodružstvom je ísť spolu Nocou súčasnej kultúry a spolu hľadať...

Prekážky však jestvujú a sú silné. Hľadanie, napríklad, môže nabrať nesprávny smer alebo ho môže nahradiť nadbytok informácií. Skutočne totiž existuje spôsob prijímania správ, ktorý neposkytuje naozajstné poznanie. Preň je typické sadnúť si k televízoru a vypočuť si správy ako súčasť oddychu a s pasívnym postojom, pri považovaní seba za stred každého diania vo svete: ved'

účelom správ je zabaviť ma, utvrdiť ma v predsudkoch a v mojej bezpečnej pozícii. Množstvo a kvalita informácií sú také, že nie som schopný si urobiť osobnú syntézu toho, čo som počul, nemám pocit, že by udalosti mali nejaký smer, neotváram sa nikomu a ničomu.

Ďalšiu deformáciu v hľadaní môže zapríčiniť nedostatok motivácie, záujmu o niekoho alebo niečo. To dáva veľký priestor môjmu „ja“, ktoré má tendenciu ovládnuť horizont človeka, čo sa stretol s Ničím. V horúčkovitom hľadaní, ktoré je následkom nudy, toto dominujúce „ja“ sa rozširuje a chce vlastniť veci a ľudí, spraviť si z nich nástroje iba preto, lebo túži vládnuť a byť uspokojené. Ako vysvetľuje Revers, „ja“ sa usiluje byť samo: „Na ceste nudy nadobúda ‚ja‘ človeka väčší význam na úkor vonkajšieho sveta a vecí, ktoré v takej istej miere ustupujú do úzadia.“²⁸

Alebo zoči-voči Ničomu sa človek oddá melanchólii, ktorá je súcitom so sebou samým, pocitom vnútornej smrti, toho, že kedysi sme naozaj žili. Znova nachádzame nostalgiu, tá sa však už nepredstavuje ako matná spomienka na pôvodnú jednotu, ale ako ľútosť za dobrom — vlastným sebauspokojujúcim ja —, ktoré sa teraz stratilo. A v tomto zmysle Nič nudy nie je ničím iným ako objavením sa pravdy po vlastnom sebaklame.

Tieto tri úchyľky v hľadaní majú spoločné zameranie sa na seba, ktoré z potreby rozširovať sa núti hľadať „mimo“ seba, v predmetoch, vo chvíľkových uspokojeniach, v minulosti, na iných miestach. Takú skúsenosť mal aj Augustín Hipponský. Jeho nepokoj vyvolalo to, že mu chýbal vnútorný rozmer čiže schopnosť pohrúžiť sa do seba, ponoriť sa do druhých, do prírody. Podráždenie je potom výsledkom matného pocitu, že existuje čosi „vnútri“, „pod“, sprevádzaného neschopnosťou nájsť k tomu prístup: vnútro ostáva zavreté. V tomto všetkom

je však jedna metodologická chyba: hľadanie „mimo“, ako sme videli, nevychádza z rámca vlastného „ja“, je vlastne iba pohybom po uzavretej špirále, ktorá stále privádza k začiatku, odkiaľ sme vyšli. Ako však hľadať „vnútri“? Ako nájsť cestu do hĺbky? Aj Nič je začiatkom procesu rastu. A ten rast je naozajstný, čiže je v súlade s hlbokou a prirodzenou túžbou žiť naplno, iba vtedy, keď sa človek otvorí druhému človeku. Nemôžem hovoriť o otvorenosti „dovnútra“, kým svoj pohľad nezameriam na Nič a na druhého človeka. Práve hľadanie toho druhého ma privádza „dovnútra“, pretože ono vyvoláva môj rast, prebúdza moju intímnu otvorenosť a skrze ňu priteká život.

Ak si človek uvedomuje tento dynamizmus a nasleduje ho, každé stretnutie sa s Ničím v jeho živote znamená obrat vo vnútornej špirále, ktorá po každom kruhu, ktorý urobí, vyzdvihne ho vyššie a tak priblíži k plnej seberealizácii. Keď bude naozaj ako ten veľký vojvodca z detskej fantázie a keď sa v tom behu zbaví každej povrchnej motivácie, bude môcť priamo hľadiť na Druhého, ktorý sa ukáže.

TRETIA KAPITOLA

Cesty vlastného „ja“

Sadiánska spoločnosť

Je človek dobrý, alebo zlý? To je otázka, ktorú si skôr či neskôr položí každý, a to aj pre pochybnosti, ktoré v ňom vzbudzuje jeho vlastné správanie sa. Isto si ju položil aj markíz de Sade (1740—1814), a jeho odpoveď poznáme. Takú odpoveď si však dnes dáva každodenne mnoho ľudí. Sade je modelom správania sa, ktorý z tej odpovede vyplýva, je modelom, ktorý až do extrému privádza myšlienku, že nejestvuje nijaký rozumný dôvod, prečo by sa mal človek usilovať o dobro. V kultúre západnej spoločnosti posledných dvoch storočí je Sade stále prítomný a jeho prítomnosť je aktívna. Svedčia o tom aj opakujúce sa pokusy príťažlivým spôsobom predstaviť jeho osobu. Priam symbolické je rozhodnutie vydať jeho diela v prestížnej francúzskej antológii *Pléiade*, ktorá ho našim súčasníkom predstavuje ako klasika. Práve tak reedície a nové vydania ktoréhokoľvek jeho diela sa presne zaznamenávajú v kultúrnych rubrikách novín a časopisov.

Na druhej strane táto kultúrna dôstojnosť, ktorá sa Sademu dáva, je v protiklade s bežným názorom ľudí, čo konštatujú, že Sade vo svojich dielach propaguje násilie, výstrelky, vedomú a systematickú deštrukciu každého čo i len najmenšieho náznaku dobra. Úvahy, ktoré Sade vkladá do úst svojim postavám, sú často logicky slabé a niekedy priam protirečivé. Je zrejme, že pre čitateľa

nie je Sade nijakým „veľduchom“ a že jeho „ideológia“ sa celá zameriava iba na to, aby pripravil a zdôvodnil úchylné správanie sa, ktoré potom opisuje. Človek na to môže zareagovať tak, že knihu zahodí a nebude už na ňu ďalej myslieť, keď sa presvedčil, že jej opakované vydávanie je iba vecou finančného zisku, pretože neobsahuje v sebe nijaké hodnoty. Ale ak budeme analyzovať obsah Sadových diel a pokúsime sa prekonať svoj prvý dojem, zistíme, že v celom diele je v jednej veci naozaj dôsledný, a to v tom, že aplikuje akýsi „prevrátený princíp“, kde nad dobrom stále vífazi zlo, nad čnosťou prevláda nereseť, zločin si vynáša odmenu osudu a stáva sa kritériom činu. Pre Sada to nie je teória, ktorú vykladá v salónoch, aby sa vyžíval v pohoršení, ktoré ňou vyvoláva. U neho je to spôsob života, ktorý vo svojich románoch môže vyjadriť bez obmedzení kladených reálnym životom. Prevrátený život je u Sada taký radikálny — ako poznamenáva Daniele Gorret —, že „vôbec nerešpektuje ani základné zásady rozumu, dobrého vkusu, hranice a miery“.²⁹

Absencia miery sa prejavuje v sexuálnych praktikách, ktorých jediným obmedzením sú fyzické, „mechanické“ možnosti tela. Lenže to, čo sa Sadove postavy usilujú dosiahnuť, nie je iba sexuálny pôžitok — akoľkoľvek dohnaný do extrému a považovaný za jedinú hodnotu. Sadiánsky pôžitok je naozajstný iba vtedy, keď ho sprevádza zločin, vražda obeť. Aby zmocnenie sa druhého človeka bolo z tohto hľadiska úplné, musí dôjsť až k deštrukcii, ktorá sa odohrá príznačným spôsobom — pomyslíte si len na hostiny Saint-Fonda v *Príbehu Julietty* — kanibalizmom. Skrátka, „pôžitok“ u Sada nie je „hodnota“ (u Sada nejestvuje nijaká stupnica hodnôt), neorientuje sa na život, ale sa vedie na úrovni zúfalstva a živí sa smrťou.

Stanovme si prvý pevný bod: „zlo“ obsiahnuté v Sadových spisoch, zdá sa, neberú vážne ľudia, ktorí občas z neho robia revolucionára alebo objaviteľa energie ľudského podvedomia, takže ho neraz korunujú za predchodcu Freuda. Pritom tu nejde o to, nakoľko sú tieto výklady správne, alebo nie, ale o nehanblivosť, s akou sa predkladajú. Je to prípad častých novinových článkov, ktoré na zapísknutie vydavateľa recenzujú bez toho, žeby aspoň zďaleka tušili krajnú extrémnosť Sada: všimnime si často priveľmi povrchný, lepšie povedané reklamný spôsob, akým sa médiá zaoberajú dôležitými kultúrnymi, ba neraz aj priam osudovými témami. Napriek tomu Sade nešvindľuje. Práve v úvode ku knihe *Filozofia v budoári* jasne prejavuje svoj absolútny pesimizmus, ktorý v jeho rozpracovaní je oveľa hlbší než u Leopardiho: „Iba keď maximálne rozšíri sféru pôžitkov a fantázií — tvrdí Sade —, iba keď všetko obetuje v prospech rozkoše, iba vtedy ten nešťastník, ktorého meno je človek, vrhnutý do tohto smutného vesmíru bez toho, žeby sa o to bol prosil, iba vtedy môže nájsť pár ruží medzi trnami života.“³⁰ A to, čo potom v jeho dielach nasleduje, nie je nič iné než aplikácia tohto východiska.

Povrchný prístup k Sadovi a uznanie jeho kultúrnej dôstojnosti má za následok, že ho zaraďujú medzi „normálnych“ spisovateľov, že sa jeho názory prijímajú ako súčasť bežnej mentality. No ak sa najmä v školách a aj v salónoch podarilo uviesť na pravú mieru obludnosť diel Leopardiho, Nietzscheho, prečo to neskúsiť aj so Sadom? Ale aby bolo jasné: ak je naša spoločnosť citlivá na Sada, treba to uznať, treba pochopiť korene a účinky, ktoré to má, ale bez mystifikácie. Musíme si byť vedomí toho, že tu ide o prevrátenie pojmov dobra a zla, a tento rozdiel musíme mať stále pred očami.

Zdá sa však, že v dnešných časoch sa mnohí zo všet-

kých síl usilujú o to, aby v týchto pojmoch spôsobili zmätok, aby vyvolali dojem, že medzi dobrom a zlom je hranica, ktorá je nepostrehnuteľná. Robí sa to zrejme v úsilí ospravedlniť zlo, ktoré sa pácha. Lenže dobro a zlo, naopak, už v ich podstate inteligencia a vôľa ľahko od seba odlišujú, nepotrebujú na to nijaké „zdôvodnenia“. Tomu vôbec neprotirečí ani skutočnosť, že v istých situáciách sa ukazujú vzájomne previazané.

Celá problematika týkajúca sa Sada je veľmi komplexná. Obmedzme sa iba na dva dôležité prvky sadiánskej sexualita. Prvým je jej pornografická podstata. Jej mnohé aspekty sa dajú nájsť v súčasnej pornografii, ktorej je Sade autentickým pradedom.³¹ Jeden z nich by sme chceli osobitne zvýrazniť. Spočíva v tom, že človek je u Sada zredukovaný iba na svoju pohlavnú funkciu. Preto konkrétne osoby sú od seba nerozlišiteľné a sú zredukované na anonymných mužov a ženy. Podobne ako robotník pri páse, aj ľudský vzťah je zredukovaný na mechanizmus, na číru funkciu, na kombináciu koliesok v súkolesí. Sade tento mechanizmus genitálnych vzťahov rozvíja vo všetkých možných variantoch, pričom sa úplne vyčerpáva, ale bez toho, žeby ho to nasýtilo. Táto nenásytosť nie je už prejavom fyzických nárokov, ako poznamenala — okrem iných — Angela Carterová, ale je to „nenásytosť mentálna“.³²

Čo je príčinou tejto nenásytosti? Je stála, pretože nikdy nedosiahne predmet svojej túžby. V každom človeku je základná požiadavka otvorenosti a stretnutia sa s druhým človekom. A ten „druhý“, ku ktorému človek smeruje, je iná ľudská bytosť, u ktorej sa v jednote snúbi intelektuálny a duchovný prvok s prvkom materiálnym. Tou syntézou je ľudská osoba a len ona je základom toho, že je telo ľudské. Preto nijaké ľudské gesto nie je iba materiálne, ale je stále výrazom tejto osobnej jednoty.

Sade prebral od osvietenského materializmu a najmä od senzualizmu predstavu človeka-stroja, človeka vnímaného výlučne z materiálnej, a nie z duchovnej stránky, čo je abstrakcia, ktorá v skutočnosti neexistuje. Preto bez ohľadu na to, ako sa mechanicky spájajú dve telá, nikdy nezachytí predmet svojej túžby, osobu. Sadiánsky subjekt je individuum, ktoré nikdy nevychádza zo seba, ktoré sa s druhým nikdy nestretne, a teda nikdy reálne nezažije skúsenosť, čo by ho zmenila a umožnila by mu vyrásť. Sadiánska sexualita má skrátka stále masturbačný charakter ako pornografia a dá sa povedať, že je sexuálnym extrémom individualizmu.

Týmto postrehom prichádzame k druhej typickej vlastnosti takejto sexualita, spočívajúcej v tom, že si stále vyžaduje podriadenie sa jedného druhému: uspokojenie nevyvoláva totiž ani tak fyzický pôžitok, ako moc vykonávaná tým silnejším, ktorý sa často privádza až k tomu, že zabije slabšieho. Ba vrchol rozkoše prichádza iba pri fyzickom zničení toho druhého. Označenie „ten druhý“ tu vlastne nie je namieste: „druhý človek“ označuje niekoho, kto sa odo mňa líši, ale zároveň má tie isté prednosti. V sadiánskom kontexte však nejstávajú „druhí ľudia“, ale iba „nástroje“ a „obete“, ktoré sa podstatne líšia od svojich ovládateľov. Sadiánske správanie sa aj vo formách, ako je kanibalizmus, o ktorom som sa už zmienil, nedá sa považovať za „návrat do jaskýň“, do primitívneho štádia vývoja človeka, ako tvrdí Mario Praz.³³ Isteže, Sade dáva priechod pôvodným pudom, ale robí to „moderne“, v rámci technickej mentality, ktorá nemá v sebe nič primitívne, ale ukazuje svoju príbuznosť s technicizmom *Encyklopédie alebo Racionálneho slovníka vied, umení a remesiel*, diela napísaného osvietencami.

Teoretický pôvod tejto absolútnej negácie druhého

človeka, ktorej sa dopustil Sade, v skutku spočíva v ateizme pätnásteho a šestnásteho storočia, najmä v prúdoch osvietenstva. Negácia toho Druhého, ktorý ako Otec a Sudca postavil všetkých ľudí — pokiaľ ide o ich dôstojnosť — na jednu úroveň, vedie človeka k tomu, aby neuznával nikoho iného, a teda aby ani nekládol prekážky pôsobeniu svojho silnejšieho „ja“. Práve u Sada sa jasne odohráva scéna, kde Nietzscheho Zarathustra kričí o „smrti Boha“, ktorá znemožňuje rozlíšiť dobro od zla. V scenári smrti Boha je pre Nietzscheho každá morálka podvodom. Absolútny individualizmus potenciálne obšiahnutý v osvietenskej kultúre zmiernila citlivosť doby v istom druhu etického kompromisu. Je pravda, že jednotlivec je egoista, hovorilo sa, ale pri hľadaní vlastného záujmu vykonáva skutky, ktoré sa premietajú do blahobytu aj druhých ľudí. A takto egoistický základ dostal zdanlivo racionálne a prirodzené jadro všeobecného dobra a tolerance.³⁴ Tento základ nachádza široké uplatnenie aj v oblasti politickej ekonómie. Podobnú koncepciu vyslovil aj holandský filozof Mandeville (1670—1733), podľa ktorého súkromné neresti sú verejnými čnosťami, pretože luxus a nerest zvyšujú úroveň výrobných aktivít a rozmnožujú remeslá.³⁵

To, čo je spoločné autorom utvárajúcim mentalitu, na ktorej sa formuje Sade, je jednoznačne negatívna vzia ľudskej prirodzenosti. Podľa nej ľudia svoju zlobu neprievádzajú do extrémnych dôsledkov iba preto, že je to pre nich momentálne nevýhodné alebo že ich tak formovala výchova: „Ľudia vo všeobecnosti,“ napísal La Mettrie v diele *Antiseneca*, ktoré bolo Sadovi také drahé, „sa rodia zlí. Bez výchovy by dobrých bolo iba veľmi málo. Ale aj s jej pomocou je zlých ľudí početne oveľa viac než dobrých.“³⁶ Sade je presvedčený o skazenosti ľudskej prirodzenosti a neprijíma obmedzenia, ktoré mu kladú

osvietenci. Svoje stanovisko privádza až do krajných dôsledkov a neuvára nijaký myšlienkový systém, ale oddáva sa ničomnostiam vlastnej prirodzenosti, na ktorú sa stále odvoláva.

Sada nemožno považovať za revolucionára. Tento titul dostáva, ako to urobil Vincenzo Barba³⁷, azda zo sympatie k jeho kritike akejkolvek morálnej pretvácky. Túto sympatiu je však lepšie ovládať: nijaký projekt spoločnosti, nijaké progresívne konanie nemôže sa zakladať na sadiánskej „prirodzenej skazenosti“.

Áké sú „konečné dôsledky“, ku ktorým prichádza Sade? Presvedčenie o existencii Boha priviedlo racionalistu Leibniza na myšlienku, že žije v najlepšom z možných svetov. Osvietenci sa chcú oslobodiť od tejto božskej ochrany a usilujú sa stvoriť pomocou síl Rozumu a Prírody spoločnosť založenú už nie na altruizme (ktorá po negácii Boha je nemožná), ale na miernom „spoločenskom“ egoizme, ktorý by mal mať také isté účinky ako altruizmus. Sade, ktorý patrí do generácie bezprostredne nasledujúcej po veľkých osvietenoch, odhaľuje nedôslednosť ich kompromisu: ak nejstvue dobrý stvoriteľ Boh, potom je Príroda zlá, človek je zlý, každý okamih patrí zlu. Tvrdiť, ako to robia osvietenci, že z takého človeka môže vzísť dobrá spoločnosť, je mystifikácia, je ideológia, ktorá skrýva svoje pravé záujmy.³⁸ Sade sa podobne ako Leibniz odvoláva na rozum, ale keďže zmizla záruka poskytovaná Bohom, presvedča ho, aby žil v tom najhoršom z možných svetov. Sada jeho ateizmus jasne odlišuje aj od Kanta, ktorý by mu z istých hľadísk mohol byť blízky, ako to dobre vystihol Jacques Lacan.³⁹ *Kritiku praktického rozumu* uverejnil nemecký filozof roku 1787, čiže osem rokov pred *Filozofiou v budoári*: podľa Kanta práve existencia Boha vysvetľuje šťastie, ktoré človek pociťuje pri praktizo-

vaní čností. Pre Sada však šťastie, alebo to, čo sa mu najväčšmi podobá, dá sa nájsť v prirodzenom súlade s nerestou, takže „zločiny“, ktoré Sade opisuje, pokladajú sa za zdokonalenie Prírody, je to správanie sa niektorých jednotlivcov, ktorí sú náročnejší než ostatní, nenásytní, pretože sú „citlivejší“ čiže dokonalejší.

Z toho, vysvetľuje Lester G. Crocker, Sade rozvíja „nihilistické obsahy“ latentne prítomné v materializme osvietenencov, ktorým sa tí stále usilovali vyhnúť, pretože ich úmysel bol progresívny, humanistický.⁴⁰ Sade vynáša na svetlo nihilizmus a žije ho, ako keby bol jediným prvkom, ktorý osvietený rozum vniesol do spoločnosti na počiatku industriálnej spoločnosti. Tento nihilizmus predstavuje nebezpečenstvo pre spoločnosť, ale aj pre život jednotlivca. Naozaj, Sadov čitateľ sa môže cítiť stále ním ohrozovaný, môže si uvedomovať strach, že sa doň zrúti. Tento „pôvodný nihilizmus“ sadiánskej ideológie môžeme nájsť v správaní sa súčasných sadiánov.

V súčasnej spoločnosti naozaj pôsobia „sadiánske“ intrigy. Treba sa ich naučiť odhaľovať, pretože v sebe spá-

Vyzerá to tak, ako keby obeť a jej kati patrili do dvoch odlišných svetov, ako keby žili v iných dimenziách a ľudské spoločenstvo ako keby bolo v tomto roztrieštené. Nihilizmus sa prejavuje v zničení obeť, ale ovplyvňuje ho mediálny konzumizmus, podľa ktorého už sama reklama je aktom konzumu, vďaka úlohe, ktorú v nej majú obrazy. Strata zmyslu pre realitu vyvolaná konzumizmom dospieva až tak ďaleko, že toho druhého už nevnímame ako skutočnosť, ale iba ako obraz, predstavu, v ktorej sa maximálne vyžívame. Je to vrchol exhibicionistického narcisizmu, v ktorom je človek zahľadený do seba cez vonkajšiu perspektívu televíznej kamery, čo ešte väčšmi odhaľuje výrazne masturbačný charakter konzumizmu.

Ďalším sadiánskym činom, o ktorom referujú správy, je napríklad unášanie brazílskych „detí ulice“ s cieľom predávať ich telesné orgány. Je to forma kanibalizmu, ktorú Sade nepoznal iba pre technické obmedzenia svojho času, ale ktorá je úplne v súlade s jeho názorom na druhého človeka, považovaného iba za nástroj. Tu prichádza na um správanie sa štyridsaťpäťročného úradníka patriaceho do strednej vrstvy, žijúceho pokojným živo-

seba a svet: je to vražedná pasca najmä pre mladých ľudí, ktorí si potrebujú robiť plány do budúcnosti.

Sade skrátka núti dívať sa do svojho vnútra a pýtať sa: Je človek dobrý, alebo zlý? Otázka patrí medzi tie ťažšie. Možno prežívať situácie a okamihy, keď človek nevie, ako má odpovedať, keď si nie je istý, či to, čo sa usiluje robiť, je naozaj láska, alebo iba rafinovaná forma zištnosti. Táto neistota však nemá viesť k bagatelizovaniu tých, ktorí — v ideologickej zhode s konzumistickou citlivosťou — sa usilujú brať Sada ako čosi neškodné alebo normálne.

Ja, ako ťa milujem

Prirodzene, je možný aj taký prípad, keď človek na túto otázku odpovie kladne a žije v presvedčení, že človek je dobrý, alebo, lepšie povedané, odpovie: „Ja som dobrý.“ Taký dobrý, že nenachádza nikoho, s ktorým by mohol spolu žiť.

Prečo sa niekto rozhodne žiť sám? Ťažko povedať. Mnohí to však dnes robia. Vo Švédsku a v Dánsku každé tretie rodinné jadro sa skladá iba z jednej osoby. V iných západných krajinách, ako sú Spojené štáty a Francúzsko, je tento pomer menej výrazný, ale sám jav je práve taký vážny, pričom aj v Taliansku je stále na vzostupe.

Utvorme najprv dve veľké skupiny. Do jednej dajme všetkých tých, ktorí sa usilujú žiť v stabilnom zväzku, čiže manželov, ale aj rehoľníkov a rehoľníčky, ktorí si zvolili nadčasové spolužitie. Potom sú tu vdovci a vdovy a tí, ktorí sa chceli oženiť, respektíve vydať, ale pre rozličné príčiny to nemohli urobiť. Aj členovia týchto dvoch kategórií patria do prvej skupiny, pretože si život

osamote nezvolili sami, ale im drahá osoba zomrela alebo ju nenašli. Často žijú so svojimi rodičmi, a ak sú starí, s rodinami detí. Do tejto skupiny zahrňme aj tie osoby, ktorých síce nie je veľa, ale sú agilné, ktoré žijú samy, pretože sa tak rozhodli, ale sú v úzkom kontakte so skupinami alebo nejakým spoločenstvom. Venujú takému spoločenstvu veľkú časť svojho času napríklad v oblasti politiky, solidarity, pomoci, vyučovania v rámci štvrte, farnosti, alebo aj v organizácii širšieho rozsahu, ako sú napríklad odbory. Tieto osoby žijú v materiálnom zmysle slova samy, ale sú hlboko začlenené v spoločenstve alebo majú výrazné sociálne sklony.

Odlišný je však prípad druhej skupiny, skladajúcej sa z osôb, ktoré nevstúpia do manželstva z presvedčenia, že vzťah medzi mužom a ženou nemôže byť trvalý. Čoraz častejšie ide o „veteránov“, ktorí už majú za sebou nejaký ten rozchod i rozvod a nemajú v úmysle začínať ďalší vzťah. Všetci tí sú presvedčení, že stabilný zväzok bráni osobnej sebarealizácii, znemožňuje dosiahnuť úspech v zamestnaní i pestovať spoločenské vzťahy.

Je to postoj skôr voči spoločenstvu ako takému než k rodinnému stavu, na základe ktorého som utvoril tie dve skupiny. Nie je povedané, že človek, ktorý žije sám, musí byť nedôverčivý. Naopak, môže väčšmi dôverovať ľuďom a môže byť otvorenejší k spoločenským skutočnostiam než človek, ktorý uzavrel manželstvo, čiže prisľúbil vernosť, ale potom nie je schopný prijať deti alebo vidí v rodine iba ochranu vlastnej neistoty, prípadne každodenným pestovaním vlastného egoizmu spúšťa začarovaný kruh spolunažívania, ktorý vedie k vzájomnej izolácii. Každý člen rodiny nejakým spôsobom komunikuje s vonkajším svetom, ale nie s členmi vlastnej rodiny: je to spolubývanie, ale nie spolužitie.

Slobodný mimo manželstva...

Obe skupiny vyzbrojili dnes médiá osobitnou ideológiou slobodného človeka žijúceho mimo manželstva, ktorá navonok vôbec nepripadá ako ideológia, pretože sa prezlieka do šiat realizmu a konkrétnosti a v tisícich formách sa obracia na nás všetkých so slovami: dávaj pozor, ty si dôležitý. Jedna talianska kniha pred niekoľkými rokmi veľmi dobre zhrnula základné prvky tejto ideológie, pričom sa pokúšala presvedčiť čitateľa o dvoch veciach: predovšetkým o tom, že egoizmus sa môže považovať už nie za negatívny postoj alebo nereseť, ale za „nástroj sebeobrany v spoločnosti, ktorá je čoraz egoistickejšia a konkurenčne súťaživejšia“, a takisto o tom, že život osamote sa javí „najúčinnnejším spôsobom, ako sa pokúšať žiť šťastný život“.⁴¹ Skrátka, byť egoistom nie je údel, ale potreba, a keďže nás k tomu privádza príroda, treba jej vyhovieť a nebrániť sa jej túžbam.

Veľká časť reklamných posolstiev a množstvo filmov šíri ideológiu slobodného človeka neviazaného manželským zväzkom. Uviesť príklady? Reklama sa čoraz častejšie obracia na slobodnú osobu ako ideálneho kupca prestížnych výrobkov. Takto sa vsugerúva, že práve slobodnému človeku žijúcemu mimo manželstva osobitne pristane daný oblek, automobil alebo voňavka, ktorej používanie naznačuje osobnosť, sebavedomie, spoločenskú prestíž. Je evidentné, že tvorca reklamy sa neobracia iba na naozaj slobodného a že aj mnohí ženatí či slobodné si daný výrobok kúpia, pretože sa spoznávajú v predstave, ktorú ona dáva tým, ktorí si ho zvolia. To, čo reklama podnecuje, je dimenzia slobodného človeka, ktorý kupuje daný výrobok, a to nezávisle od svojho skutočného rodinného stavu.

Ženatý muž, čo si taký výrobok kupuje, môže byť plne realizovaným členom šťastnej rodiny, pre ktorú sa azda denne obetuje. Tá obeta ho nestojí až tak veľa, pretože to robí rád. Znakom jeho realizácie môže byť nejaká luxusná maličkosť na bežné používanie, ako napríklad voňavka darovaná od syna či manželky. Svedčí o tom, že jeho osobnosť v rodine nie je potlačená, ale je plne docenená. Na druhej strane ženatý muž, čo si kupuje tú istú voňavku, môže byť človekom, ktorý nie je spokojný a touto kúpou vyjadruje skrytú túžbu po nezávislosti od rodiny a po sebestačnosti.

Mnohé filmy obsahujú podobné posolstvo: Mladý urastený policajt vystupujúci v hlavnej úlohe je vo väčšine prípadov slobodný, kým jeho kapitán je podľa výzoru oveľa ťažkopádnejší a na tvári má sústavne ustarený a melancholický výraz. Je zriedkavosťou, aby postava, ktorá vo filme má zaujímavé povolanie, žila v šťastnom manželstve. Často žena manažérka, lekárka alebo sociálna asistentka nájde svoju osobnú rovnováhu prinajlepšom v druhom manželstve. Pre objektivnosť však treba poznamenať, že tieto filmy neklamú. Situácia opisovaná v nich zodpovedá realite, aj keď ju niekedy zobrazujú prehnaným spôsobom. Chyba však spočíva v tom, že takejto situácii dávajú pozitívny rozmer, že situácie, ktoré sú nenormálne, vydávajú za normálne, ba preferujú ich, pričom ukrývajú bolesti tých, čo ich prežívajú.

Reklama sa teda môže u spotrebiteľa stretnúť s jeho prirodzenou a vyrovnanou sebaláskou, ktorá nielenže nebráni, ale pomáha darovať sa ostatným, či už ide o rodinu, o priateľov, alebo o spoločenstvo. Môže však natriť aj na situáciu, v ktorej rovnováha medzi riadnou láskou k sebe samému a schopnosťou žiť s druhými je narušená.

Treba povedať, že vo všeobecnosti ideológia staromládeneckého života nepodporuje takú osobnú rovnováhu a smeruje skôr k nezriadenej sebaláske, v ktorej ostatní hrajú úlohu nástroja sebarealizácie jednotlivca, čo žije sám. Nie je to iba móda: fenomén staromládenectva má svoje korene v samom systéme nášho života, ktorý nás silne tlačí k individualizmu. Je dobre, že sociálny a kultúrny rozvoj dospel do štádia, v ktorom sa isté riešenia už nepokladajú za „prirodzené“, takže nič sa už nepovažuje za samozrejmé: každý človek si chce nájsť svoju vlastnú cestu. Napokon, problém zmyslu života tu stále existoval. Dnes sa však už netýka iba úzkeho okruhu intelektuálov, ale u mnohých ľudí, ktorí neprijímajú vopred hotové odpovede, nabera dramatické formy. Každý chce nájsť zmysel svojej existencie skôr, než si zvolí svoj stav: musím vedieť, prečo žijem, a iba na základe odpovede, ktorú sa mi podarí dať, môžem sa rozhodnúť, že sa ožením s tou, do ktorej som sa zamiloval, alebo sa budem venovať malomocným či maľovaniu, alebo vstúpim do rehole jezuitov či do cudzineckej légie, prípadne vystúpim na Koloseum a skočím z neho dole.

A jeho učítelia...

Slobodný človek, ktorý nechce žiť v manželstve, môže byť muž alebo žena. Vo svojej práci je zväčša úspešný a sám žije preto, aby sa tak chránil pred spoločnosťou, ktorú vníma ako nepriateľa. Potrebuje priestor, na ktorý si nikto iný nerobí nároky, v ktorom by bol pánom, čiže kde by ho nik nemohol posudzovať alebo kde by nik nemohol tlačíť na neho, aby rešpektovali spoločné normy, kde by sa na rozdiel od „nedotknuteľného“ teritória necítil vťahovaný do dynamiky autotranscendencie.

Taký človek si drží toho druhého od tela zo strachu pred údermi, ktoré by mu blízkosť mohla ušetriť. Toto neznamená, že by absolútne odmietal život vo dvojici, ale uprednostňuje jeho „dávkovanie“, čiže istý čas sú spolu, a to len dovtedy, kým sa vzťah udržiava sám od seba a nevyžaduje si zriekanie sa. Iba takto — myslí si — možno udržať lásku ako vášeň, alebo skrátka lásku, ktorá by vyplnila život a neupadla by do všednodennosti. Človek vyhýbajúci sa manželstvu chcel by v podstate s niekým žiť, ale nie je to schopný alebo, lepšie povedané, nie je to schopný v tradičných formách.

Najväčším nepriateľom takého „starého mládenca“ je, prirodzene, samota. Usiluje sa jej vyhýbať, a preto si utvára okruh známych a „zaujímavých“ priateľov. Kto žije sám, musí mať istú základňu priateľov, na ktorých sa zvyčajne obracia. Je logické, že tu ide o *do ut des*, čiže daj, aby si mal a mal podľa možnosti viac, než si dal. Treba byť teda láskavý, starostlivý, chápaný, pozorný k potrebám druhých, ale to všetko do istej hranice, keď človek už nesmie obetovať svoj vlastný blahobyť, žeby sa v tom horšom prípade stal človekom, na ktorého sa všetci budú obracať s prosbou o pomoc. Ide skrátka o to, aby človek vyzeral ochotný a aby ním tak trochu aj bol, ale bez toho, žeby museli padnúť tie neodmysliteľné bariéry, ktoré chránia „starého mládenca“ od skutočnej angažovanosti v prospech druhých, pri ich ťažkostiach. V podstate sa tu predkladá akýsi meštiacky model, životný štýl upravujúci vzťahy medzi jednotlivcami strednej triedy bývajúcimi vo veľkomestách, založený na akceptovaní vlastného egoizmu, ktorý sa celkom dobre môže znášať — na úrovni salónnych rečí — aj s niektorou ideológiou premeny spoločnosti, čo ovplyvňovala miestne vzťahy v predchádzajúcich desaťročiach. „Starý mládenec“ je vo všeobecnosti „po-

krokár“, ktorý sa po štyridsiatke stáva kriticky nostalgickým.

Môžeme si položiť otázku: Sú vzťahy, ktoré takto starý mládenec buduje, vzťahmi priateľstva? Veď priateľstvo má svoje požiadavky. Z vlastnej skúsenosti vieme, že aj medzi priateľmi občas vznikne konflikt, a vtedy, ako hovorí psychológ Hermann Hobmair, „hlavné je prekonať sa“⁴², čiže prijať vlastnú nedokonalosť, ktorú odhaľuje vzťah s priateľom, prijať ju a podniknúť konkrétne kroky k polepseniu sa. To znamená poskytnúť priateľovi priestor v nás, čiže vybúrať dieru v múre, ktorý nás chráni pred ostatnými. Podobne ako všetky medziosobné autentické vzťahy, aj priateľstvo sa rozvíja práve tým, že buduje čosi spoločné, čosi, čo sa z môjho vnútra vynáša na povrch, aby sa mohlo prežívať s ostatnými.

Ideológia staromládenectva s ničím podobným nepočíta. Je výrazom masového individualizmu, ktorý sa zahniezdil v súčasnej spoločnosti: pripúšťa, aby sa jednotlivec delil o svoj priestor s druhým človekom a prípadne aby ho zmenšil alebo zmenil, čiže pripúšťa spájanie sa jednotlivcov na základe spoločného záujmu (akýsi druh tichej dohody), ale nie je schopná pochopiť, ako sa môže jednotlivec otvoriť druhému človeku a ako môže zo života, ktorý žil výlučne pre seba, spraviť spoločnú vec. Prirodzene, mnohí z tých, čo žijú sami, majú naozajstných priateľov. To znamená, že v skutočnosti sa správajú ináč, než im to ideológia staromládenectva predpisuje. Každodenný život ukazuje, že človek má vyššie nároky než iba sebazáchovu, takže pre svojich priateľov môže riskovať aj život.

V tomto kontexte sa vysvetľuje úspech „majstrov myslenia“, najmä v období od druhej svetovej vojny podnes, ktorí sa priamo obracajú na široké publikum: ideológia staromládenectva bola jednou z najsilnejších

a najlákavejších možností alternatívy, čo sa pokúšali vyriešiť problém existencie na individuálnej úrovni. Je to alternatíva spojená vo svojich základoch s niektorými psychologickými školami označovanými ako „humanistické“, ktoré vznikli, ako obyčajne, v Spojených štátoch a hodne sa rozšírili v západnej spoločnosti.

Nejde tu ani tak o pravé a naozajstné školy, ako skôr o spoločensky rozšírenú mentalitu, ktorá v istých oblastiach psychológie nachádza podporu, teoretický základ, aj keď veľmi kusý, a dôvody na to, aby sa udržiavala pri živote. Mená hlavných teoretikov — spomedzi tých, ktorí nás najväčšmi zaujímajú — sú teraz veľmi známe aj mimo Spojených štátov. Sú to Erich Fromm, Carl Rogers, Abraham Maslow, Rollo May. Od sedemdesiatych rokov ich prekladali takmer do všetkých jazykov. Vnútri ich názorového sveta existujú u každého aj prvky, ktoré nevedú k staromládeneckému štýlu života a ktoré sa úspešne využívajú v psychoterapii alebo ktoré sú kritické k takýmto stránkam súčasnej spoločnosti. Ale prevádzajúcim aspektom sprevádzajúcim masové rozšírenie ich názorov bolo zdôvodňovanie a obrana prirodzeného egoizmu, ktorý ostáva stále kľúčovým faktorom, aj keď sa predkladajú štýly života (alebo terapie), čo majú kolektívne aspekty.⁴³

Čo majú títo autori spoločné? Podľa Paula Vitzu — ten o tejto téme napísal zaujímavú prácu⁴⁴ — na masovej úrovni ich pochopili ako obhajcov dôsledného uznávania seba samého, ku ktorému sa má človek dopracovať. V jednotlivcovi teda má rásť postupne pocit súhlasu so sebou samým a ten má nakoniec odstrániť akýkoľvek pocit viny. Rogers vysvetľuje, že tento proces je dovŕšený vtedy, keď už jednotlivec nie je schopný povedať, ktorý z jeho skutkov je lepší a ktorý horší, ale všetky mu pripadajú rovnako pozitívne. Keď dospeje do tohto bo-

du, je to už sám jednotlivec, ktorý určuje hodnoty, ktorý hodnotí dobro alebo zlo výlučne podľa toho, či sa zhoduje, alebo nezhoduje s predstavou, čo má o sebe samom.

Navonok to môže pripomínať proces autentickej askézy, pretože aj „svätí“ vo všetkých náboženstvách sa nakoniec dopracujú k tomu, že každej akcii — od nepatrnej a skrytej až po najväčšie a spoločensky významné — pripisujú rovnakú dôležitosť. V skutočnosti ide o dve protikladné situácie: pre individualistu je každý čin pozitívny, pretože je to on, ktorý ho vykonáva, a pretože sa týka jeho „ja“. Pre svätca však má všetko hodnotu preto, lebo oslobodiac sa od väzenia vlastného „ja“, spoznáva realitu každej veci a pripisuje jej hodnotu, ktorá je jej vlastná.

Tieto predstavy vychádzajú z presvedčenia, že prirodzenosť jednotlivca je v podstate dobrá, nepoškvrnená a negatívne prvky nabera až počas dospievania od dospelých, od spoločnosti. Táto „psychológia seba“ alebo „selfizmus“, ako Vitz nazýva mentalitu utvorenú z prvkov spoločných štyrom uvedeným teoretikom, podporuje narcisizmus v tom najhoršom zmysle slova, čiže zamilovanie sa do seba samého, ktoré človeku — najmä keď stratil zmysel pre mieru a istú morálnu zodpovednosť — nedovoľuje vyjsť zo seba samého a pobáda ho, aby ostatných pokladal iba za akýsi nástroj vlastnej sebarealizácie.

Tak jednotlivec má sklon dožiť si všetko, čo mu jeho materiálne možnosti dovoľujú: „Selfizmus,“ píše Paul Vitz, „je v podstate ideálnou filozofiou konzumizmu a je doslova vystrihnutý na mieru ľuďom disponujúcich časom a peniazmi. Vyhovuje najmä konzumentom služieb, ako je cestovanie a móda. Reklama konzumizmu a filozofia, ktorá bola jej základom, usilovali sa

veci predávať. Dôraz dnešného selfizmu, ktorý odráža ďalšiu fázu konzumnej filozofie, kladie sa na predaj služieb a aktivít čiže životných štýlov.“⁴⁵

Keď všetky rozmery ľudského života, ktoré sú vo svojej podstate spoločenské, ako manželstvo, rodina a priateľstvo, pokladajú sa iba za prostriedok expanzie vlastného „ja“, je logické, že dve „ja“ iba ťažko môžu mať výhody zo vzájomného spolužitia. A človeku napriek opakovaniu sexuálnych i citových skúseností, napriek tomu, že patrí k istej skupine ľudí, stálym problémom zostáva samota, pretože ak brána k jeho vnútornému životu je uzavretá, aby tak bránil svoje „ja“, nikomu sa skutočne nemôže podariť vstúpiť doň: keď sa jednotlivec zastaví a začne uvažovať, zrazu si uvedomí prázdnotu, pretože hľadiac do seba, nenachádza ani stopu po druhom človeku.

Situácia začne byť naozaj dramatická vtedy, keď človek nenachádza ani seba samého. Koncepcia života, ktorú ideológia staromládenectva presadzuje, skutočne znie: „Všetko sa pomíňa, iba ty zostávaš, ak teda máš podstupovať obeť, podstupuj ich za seba.“ Je zrejmé, že príchod choroby alebo smrti privádza do hlbokého zúfalstva toho, kto sa dal presvedčiť, že má milovať iba seba samého, pretože objekt jeho lásky zošklivel alebo sa mu priamo odníma. Absolútna sebaláska, ktorá sľubovala osobnú realizáciu maximálnym rozšírením svojho „ja“, ukazuje sa zrazu ako tragický výsmech, keď to naoľko milované „ja“ zomiera.

Čudný tvor

Predstavu o človeku, ktorý je vo svojom vnútri dobrý a má sklon k neobmedzenosti, vyvracajú na vedeckej

úrovni iné prúdy v psychológii, ale aj iné vedné disciplíny, ako je biológia a veda o správaní sa (etológia zvieracia i ľudská). Ale sama každodenná skutočnosť odhaľuje nedostatky a agresivitu jednotlivca, deštruktívnu silu, ktorú môže vyjadrovať inštinktívne správanie sa.

Z tohto hľadiska niektorí psychológovia začínajú doslova prehodnocovať kresťanské idey, odmietané predtým ako povery, počnúc dedičným hriechom, hriechom vo všeobecnosti a svedčou, ktorá je podľa nich zárukou istého psychického zdravia, pretože nútia človeka uvedomovať si svoje obmedzenia, sklon k chybám, potrebu uznať si chyby a usilovať sa ich napraviť. Ak sa tieto idey žijú v rovnováhe, pomáhajú vyhnúť sa riziku skĺznutia do narcizmu, pretože vedú človeka k tomu, aby prijal seba i druhých a aby mal realistický pohľad tak na seba, ako aj na druhých.

Na otázku o zmysle existencie prišli však odpovede nielen zo strany náboženstva, ale aj z oblasti psychológie samej. Sú iné, ako dáva selfizmus. Napríklad psychológ Viktor Frankl našiel odpoveď počas druhej svetovej vojny, keď bol väzňom v koncentračnom tábore. Pobadal, že spomedzi množstva ľudí, čo boli zavretí v koncentrákoch, najodolnejší boli tí, čo mali pred sebou nejaký cieľ, nejakú milovanú osobu, ktorú ešte chceli stretnúť. Pre nich mal život nejaký zmysel. A práve tá túžba po zmysle pomohla mnohým dostať sa z tábora. Prežitie teda záviselo od schopnosti nasmerovať svoj život na nejaký cieľ, od schopnosti žiť „pre niečo“ alebo „pre niekoho“, čo je mimo mňa.

Inými slovami, existencia závisela od schopnosti prekonať vlastné „ja“, žiť tú podstatnú existenčnú dimenziu, ktorou je autotranscendencia. Po vyslobodení sa z tábora Frankl tento objav preniesol do svojej profesie psychológa, keď bol v kontakte s ľuďmi, čo hľadali zmysel

vlastného života. Odpoveď bola diametrálne odlišná od tej, ktorú poskytoval selfizmus: hovorí o tom, že treba ísť za vlastné ja, dívať sa na druhého a robiť pre neho, nie pre seba.⁴⁶

Človek je jediný tvor, ktorý hľadá zmysel, je jediný, kto potrebuje prekonať seba. Odpoveď však nemôže nájsť výlučne v sebe, pretože otázky, ktoré si kladie, sú väčšie než on. To je príčina, prečo vlastné ja nemôže byť ideálom života, prečo vtedy, keď hľadá sebarealizáciu a zároveň vylučuje ostatných, sa stráca. Jeho úlohou je klásť otázky, ale bez druhých nevie nájsť odpovede.

Ľudská potreba presiahnuť seba ukazuje, že človek nie je iba individuum. Je sebou samým čiže osobou iba spolu s ostatnými. Preto nachádza seba samého, realizuje sa iba vtedy, keď nájde a realizuje druhého človeka. Ak sa moja pozornosť upriamuje iba na mňa, na moje starosti o budúcnosť, na moje ohraničenia, vidím iba jednu časť seba a problém sa mi zdá takmer neriešiteľný. Ak však vidím potrebu druhého človeka, jeho starosti, obmedzenia, ktoré mu spôsobujú jeho chyby, vidím aj to, čo môžem urobiť pre neho. Keď sa mu budem venovať, spoznám v sebe to, čo som nikdy nevidel, a môj problém nájde riešenie. Potom si položím otázku: „Prečo žijem?“ Odpoveď bude znieť: „Pre teba.“ Budem si ju môcť dať, lebo budem mať pritom na mysli všetkých tých, ktorých som stretol.

V mnohých krajinách Západu dospievajú v súčasnosti generácie mladých ľudí odchované ideológiou selfizmu. Kým u otcov išlo o mentalitu získanú, teda stále s otvorenou možnosťou vrátiť sa k hodnotám získaným v minulosti, deti ako hodnotový horizont poznali prakticky iba túto individualistickú formu autovalorizácie. Najschopnejší spomedzi mladých sú pobádaní zo všetkých

síl sa usilovať o úspech a slávu, kým u iných, ktorí už na štarte sa cítia porazení, prevláda nespokojnosť a frustrácia. Okrem toho pri oboch skupinách zisťujú psychológovia a sociológovia prekvapujúcu morálnu apatiu, povrchnosť vzťahov, ktorá sa stala životným štýlom. Keďže sa im dostalo výchovy, ktorá ich nenaučila vyrovnávať sa s vlastnými obmedzeniami, a keďže rýchlo zistili, že tieto obmedzenia sa prejavujú najmä vo vzťahoch s druhými ľuďmi, majú sklon sa druhým vyhýbať a udržiavať vzťahy na povrchnejšej úrovni.

Tak druhého človeka stále považujú za objekt. Beda by bolo poskytnúť mu priestor ako subjektu! Ocitli by sme sa zoči-voči „ja“ so všetkými jeho nárokmi na to, aby ho vypočuli, rešpektovali, uprednostnili. „Ja“ môže byť iba jedno, a to moje. Je to jediný boh kraľujúci v nižšom svete, nové zlaté teľa našich časov. Svet predmetov, ako sme videli, zanecháva vnútri človeka prázdno, necháva ho mučiť sa s nepotlačiteľnou otázkou, ktorá sa v jeho vnútri sústavne vynára: Prečo žijem?

Ideológia staromládenectva sa nakoniec ukázala schopná rýchlo sa šíriť, pretože ponúkla lásku k sebe ako životný ideál, čím uspokojila požiadavku sebazáchovy, úcty k sebe a sebarealizácie, ktorú každý v sebe legitímne pestuje. Preto vzala na seba podobu nového humanizmu, ktorý súčasného človeka oslobodzuje z reťazí autoritarizmu a pocitov viny. Nebola však schopná dať vlastnej existencii zmysel, pretože jednotlivec považovaný za ideál ukázal svoju neschopnosť naplniť vlastný život. Stalo sa z nej skutočne nové modlárstvo, ktoré ľudí robí neschopnými prevziať zodpovednosť za osobné vzťahy vyžadujúce si prekonávanie seba samých, schopnosť obety, uznanie druhých.

Práve na takúto otvorenosť musí človek dozrieť, aby si potom mohol zvoliť svoju cestu. To je základnou pod-

mienkou života odlišujúcou človeka dezorientovaného od človeka, ktorý si je vedomý seba samého. Z tohto hľadiska je druhoradé, či je človek ženatý, alebo žije ako pustovník, či je v rodine, alebo býva v internáte. Dôležité je, aby nemal príčinu vystúpiť navrch Kolosea.

Bojujem, teda som

Je faktom, že bez ohľadu na to, či je človek dobrý, alebo zlý, je schopný agresivity a jeho prejavy agresivity sú každodenné, hoci u niekoho musí byť na ňu silný dôvod a iní reagujú agresívne pri každom popude. Tí druhí patria medzi „agresívne typy“ a ich počet stále rastie. Nie sú to iba chlapi zoskupujúci sa v bandách a vyčíňajúci v metre, ani iba násilní futbaloví fanúšikovia, ale sú to typy rozšírené aj medzi „normálnymi“ ľuďmi.

Ak napríklad domovníkov syn sa opatrne a popri múre vracia domov, ak využijúc skutočnosť, že ich byt je na prízemí, starostlivo sa vyhýba bráne a obyčajne domov prelieza cez okno alebo cez plot záhrady, potom pozor, môže to byť jeden z „nich“. Kto, azda mimozemšťan? Nie, čitateľ časopisu *Commando* (Komando).

Commando s veľkou kultúrnou dôslednosťou vydávali tí istí vydavatelia, čo predali 96 pokračovaní encyklopédie *Armonia* (Harmónia), venovanej mileneckým vzťahom. Spolu vydali v týždenných intervaloch stovku brožúrok, ktoré sa dali kúpiť v novinových stánkoch vedľa časopisu *Fai da te* (Urob si sám) alebo encyklopédie o záhradkárstve. Jediný rozdiel je tu ten, že *Commando* učí technikám boja a prežitia, vysvetľuje, ako fungujú a používajú sa vojnové zbrane, pričom pod nimi nemá na mysli revolvery položené v kabelke vedľa pudrenky a rúžu, ale lietadlá s vertikálnym štartom a obrnené vozidlá

pre pechotu. Lekcie boja v meste sa vysvetľujú veľmi jasne a s veľkou didaktickou zručnosťou. Každé gesto, podobne ako v kurze háčkovania, je tu nielenže vysvetlené, ale znázornené podrobnými ilustráciami.

Koho však môže zaujímať, ako odstrániť nepriateľské postavenie v priebehu bojov o každý dom, alebo ako možno prežiť v arktických podmienkach? Predavači v stánkoch hovoria, že tieto veci najväčšmi zaujímajú dospievajúcich a mládež vo veku okolo dvadsiatich rokov, ktorí sa takto týždeň čo týždeň pohružujú do pravej a naozajstnej vojnovnej školy. Tu nejde o to, žeby sa pritom niečo naozaj aj naučili: na to by potrebovali inštruktorov. Oni si však pritom pestujú vojnu vo svojich hlavách a militarizujú si svedomie. A čo môže byť lepšie, než prijať existenciu Nepriateľa (profesora, kolegu, suseda), aby bolo na kom si vybiť úzkosti vyvolané vlastnými problémami namiesto toho, žeby sme sa pustili do ich riešenia?

Milí dôchodcovia, buďte teda opatrní! Držte sa na míle ďaleko od novinového stánku, kde si domovníkov syn práve kúpil *Commando* číslo 6, a predovšetkým nevyvolajte v ňom dojem, že vám na ulici prišlo zle. Mohol by totiž využiť príležitosť a prakticky vyskúšať lekciiu o umelom dýchaní z úst do úst, ktorú si práve prečítal: „Treba uvoľniť pacientove dýchacie cesty od akýchkoľvek prekážok, ako je umelý chrup alebo posledné jedlo, potom prstami treba uzavrieť pacientov nos a dýchať mu do úst.“ Nie je totiž isté, či by ste takýto prejav solidarity vôbec prežili.⁴⁷

Časopis *Commando* ponúka dospievajúcej mládeži ako vzor profesionálneho vojaka, v podstate „technika“, ktorý sa nemusí trápiť nad tým, ako sa má rozhodnúť, ale plní úlohy na základe získaných schopností a prijatých

pokynov. Je to neproblematiký a povzbudivý vzor, ktorý sa nepýta na dôvod, prečo má to či ono vykonať, ale kladie si iba otázku, ako by to, čo robí, mohol najefektívnejšie zvládnuť. Tento vzor vôbec nevystihuje realitu vojenského povolania a vojnových podmienok, pretože v nich nemožno problémy zredukovať iba na ich technickú stránku, ale stále si vyžadujú zásah práve toho svedomia, ktoré by *Commando* chcelo zamlčať.

Je to model správania sa odmietajúci zodpovednosť a niet sa čo čudovať, ak má u mladých ľudí taký úspech. Čím je naša spoločnosť zložitejšia, tým je skok z dospievania do sveta dospelých ťažší. Učebná doba sa stále predlžuje, nájst zamestnanie je čoraz zložitejšie. Chýba najmä nejaká hlavná myšlienka, jasná predstava, o čom vlastne ten svet dospelých je, čo od mladého človeka, ktorý sa chystá doň vstúpiť, žiada. To všetko v dospievajúcom, ktorý je aj tak zneistený situáciou, v ktorej sa nachádza, vzbudzuje neistotu, a práve preto, že hľadá svoju vlastnú identitu a vlastnú cestu, odmieta všetky autority, ktoré predtým rešpektoval.

Ak v tomto čase dospievajúci pre akúkoľvek príčinu nadobudne pocit, že ho spoločnosť atakuje, dospeje k presvedčeniu, že pravidlom sveta dospelých je vojna, a podľa toho sa aj bude správať. To neznamena, že sa skôr či neskôr neintegruje a že nedosiahne ekonomický a spoločenský úspech. Naopak. Ale to všetko bude prežívať ako svoju osobnú vojnu, zákon džungle na území mesta. Nečudo, že v spoločnosti, v ktorej sa „bojuje“ od rána do večera, predali sa v rámci Európy milióny výtlačkov *Commanda* a ďalej sa predávajú podobné vydania, ktoré takisto rozličnými spôsobmi podporujú takúto vojenskú technizáciu svedomia.

Ako však môže byť dospievajúci mladý človek atakovaný? Vyhnime sa prípadom z čiernej kroniky, bolo

by to príľahké a stále by bolo možné tvrdiť, že také javy závisia od zloby jednotlivcov. Všimnime si teda v každo-
dennej kronike prípady „obyčajnej“ agresie.

Scéna prvá. Je večer. Do autobusu mestskej dopravy nastupuje asi osemnásťročný, riadne oblečený mladík, so zamysleným a ustarosteným výrazom tváre. Je úplne ponorený vo svojich myšlienkach, takže prejde okolo sprievodcu bez toho, žeby mu ukázal mesačník alebo si kúpil lístok. Ten ho hnevľivým hlasom vyzve. Nato sa mladík zrazu spamätá, začervená sa, vráti sa k sprievodcovi, vyťahujúc z vrecka peňaženku. Ospravedľňuje sa slovami: „Bol som zamyslený.“ Sprievodca so zvýšeným hlasom a s ironickým tónom však karhá chlapca ďalej, pričom sa neobracia na neho, ale vo svojich výpa-
doch proti „prefíkancom“ a „chuligánom“ hľadá podporu u ostatných. Chlapec sa ešte väčšmi začervená, na jeho tvári sa zrači úzkosť, potom začne od zlosti plakať. Zdá sa, že sa chce na sprievodcu vrhnúť, ale si to rozmyslí. Vytiahne všetky peniaze, ktoré má, hodí ich do sprievodcu a pomaly kráča k východu. Autobus zastane a chlapec vystúpi. Sprievodca ho volá, ale chlapec neodpovedá. Sprievodca sa začervená.

Druhá scéna. Je deň. Metro. Traja mladíci sa s vulgárnymi slovami a gestami približia k dievčaťu. Obklopija ho a uzavrujú v kúte vozňa. Dievča sa bojí, nikto nezasiahne, niekto to komentuje: „Sú to chlapčenské vylomeniny.“ Na zastávke mladíci vystrčia dievča von a ešte ho počastujú neslušnými nadávkami, pourážajú ho a vzdialia sa. Dievča plačky ide pomaly domov.

Čo má spoločné správanie sa sprievodcu a týchto troch mladíkov? Prvý prisúdil chlapcovi tie najhoršie úmysly, pričom odmietol pripustiť, žeby to ten mohol urobiť nechtiac. Poslúžil si pravidlom, ktoré samo osebe je správne (v autobuse si treba kúpiť lístok), aby vybil

svoju vlastnú agresivitu na „nepriateľovi“, pričom hľadal lacnú podporu u ostatných cestujúcich. Ide pravdepodobne o jednotlivca, ktorý sa sám cíti ohrozený, zasiahnutý nespravodlivosťou alebo zaťažený mnohými starosťami a ktorý sa preto potrebuje pomstiť. Chlapec, čo poruší pravidlo, poskytuje mu možnosť vyliat si zlosť dovoleným spôsobom a za všeobecného súhlasu.

Aby si však mohol na ňom vyliat zlosť a spraviť z neho nepriateľa, nesmel myslieť na to, že tento chlapec by mohol byť jeho syn, čím negoval jeho kvalitu ako ľudskej bytosti. Tak isto aj mladí v metre, aby mohli vybiť svoju agresivitu, nepovažovali dievča za ľudskú bytosť, ktorá má právo na pozornosť a rešpekt, ale za predmet. Tieto dva postoje majú spoločnú črtu, a tou je „odľudštie“ druhého človeka. „Fenómén odľudšťovania,“ vysvetľuje psychoanalytik Franco Fornari, „chráni jednotlivca pred pocitom viny za svoje city alebo činy voči druhým ľuďom a umožňuje mu zotrvať v správaní sa a v postojoch, ktoré sú oveľa egoistickejšie, primitívnejšie a priam krutejšie, než by si to mohol ináč dovoliť.“⁴⁸

Práve toto je ten mechanizmus, ktorý ovláda prenasledovanie etnických menšín, či už ide o Židov, černochoch, Cigánov, alebo o menšiny v kultúrnom či spoločenskom zmysle, ako sú deti a ženy. Moc alebo prevládajúca verejná mienka stanoví terč, na ktorom „je správne“ sa vyvršovať. Tento mechanizmus sa nespúšťa iba pri veľkých holokaustoch, veď prípadov „normálnej“ agresie je každý deň veľmi veľa. Ide o agresivitu rozšírenú v spoločnosti sústavne vyhľadávajúcej nejaký slabý subjekt, ktorý by si mohla vybrať za „nepriateľa“ a na ktorom si môže vylietavať svoju zlosť.

Agresivita však potrebuje odľudštie, ktoré znižuje hodnotu muža a ženy, čo stoja vedľa nás, či už pri okienku na pošte, či v autobuse, ale tak isto znižuje ľudskú

hodnotu toho, kto sa správa agresívne. Príčina takejto agresivity často spočíva v infantilite osoby neschopnej zorientovať sa v zložitých situáciách, kde treba brať zreteľ na úmysly alebo kde pravda či nepravda nie sú úplne na jednej strane atď. Aby sa v takýchto prípadoch vyhla ťažkostiam, nezrelá osoba pripisuje autoritu „faktom“ bez toho, žeby sa ich pokúšala pochopiť, a odvoláva sa výlučne na normu: „Nie som povinný...“, „Nariadenia zhora...“ aj vtedy, keby malá osobná iniciatíva mohla vyriešiť situáciu a výrazne pomôcť druhému človeku. Ak nezrelý človek nie je agresívny, je bojzlivý, vyhovára sa na to, že plní príkazy, že sa nemôže vzoprieť nespravodlivému alebo absurdnému postupu, že nie je tak dobre platený, aby mohol podstupovať isté riziká. Nevie sa povzniesť nad situáciu a radšej závisí od vonkajšej autority, ktorá ho zbavuje zodpovednosti a upokojuje ho. Ale do tej istej autority sa obuje vtedy, keď si uvedomí, že sám sa nerealizuje: „Môže za to... (šéf, inštitúcia, od ktorej závisí, zákon), že som sa neuplatnil: situácia mi to nedovoľovala.“ Čo sa dá takto získať? „Keď sa usilujeme zmenšiť pocit zodpovednosti za svoje činy,“ zdôrazňuje Fornari, „máme sklon utvoriť o sebe predstavu bez kvalít, ako je odvaha, autonómia, moc, zodpovednosť a duch obetavosti, ktoré sa obyčajne pokladajú za prvky nevyhnutné pre zdravé sebavedomie.“⁴⁹

Ak sa chceme realizovať, musíme prevziať zodpovednosť za seba, a to nezávisle od vonkajšej autority, ktorá nás kontroluje. Túto osobnú zrelosť nemôžeme dosiahnuť bez toho, žeby sme sa nenaučili preberať na seba zodpovednosť za druhých. Keď totiž druhých dehonestujeme a nesprávame sa k nim ako k ľuďom, odľudštenie zasahuje predovšetkým nás, ktorí upadáme do úlohy vykonávateľov cudzej vôle, pričom sa na výmenu uspokojíme s nejakou malou občasnou pomstou. Aby

sme sa vyhli takémuto osudu, nemusíme zastávať nijaké veliteľské miesto, ale stačí, aby sme sa k ľuďom, s ktorými prichádzame do styku v práci, v škole alebo na ulici, správali naozaj ako k ľuďom. To nám prinavráti zodpovednosť za druhých, čo je zodpovednosť primeraná človeku, v ktorej sa môže každý realizovať.

Ak tento postoj je vzájomný, vybuduje sa vzájomný vzťah medzi dospelými, ktorí sú osobne zrelí, pretože sú zrelí v spoločenských vzťahoch. Vo svete dospelých býva zrelosť často iba zdanlivá, pretože mnohí nie sú vnútorné otvorení, ale sa iba naučili pravidlám, ako prežiť, čiže vedia druhého človeka využiť, ale v skutočnosti s ním nekomunikujú. Vzájomnosť tu síce jestvuje, ale iba na úrovni formálnej, vecnej výmeny. Naozajstná osobná vzájomnosť si ako prvý krok vyžaduje prevziať zodpovednosť, čo spočíva, ako usudzuje Hans Jonas⁵⁰, v tom, že na seba vezmem bremená druhého človeka, ktorý nemá možnosť sa mi odplatiť (pretože nemá prostriedky, ako napríklad malý syn, ktorý je mi zverený; alebo pretože ešte neprišiel na svet, ak zodpovednosť, ktorú na seba beriem, týka sa budúcich následkov mojich rozhodnutí) alebo ktorého beriem tak, ako keby takéto možnosti nemal.

V tom istom zmysle Ricoeur vysvetľuje, že zodpovednosť nie je iba čosi, čo je v nás, ako keby sme boli sami: slabý a krehký človek s nami počíta a táto dôvera, ako nám to ozrejmuje príklad novorodenca, predchádza nedôveru. Preto cítime zodpovednosť za druhého človeka, za slabého, ktorý sa na nás spolieha. Tento spôsob chápania zodpovednosti rozširuje chápanie tradičné, podľa ktorého každý z nás je zodpovedný za svoje činy, a teda styčným bodom je on sám, jeho vlastný názor. V tomto zmysle hľadá zodpovednosť do minulosti, na to, čo sa urobilo, aby znášala jej následky.

Ricoeur zdôrazňuje inú perspektívu: ukazuje, že naše prevzatie zodpovednosti nie je nikdy na začiatku všeobecne alebo abstraktné, ale vyjadruje osobné puto, vzťah k druhému človeku, ktorý — spoliehajúc sa na nás — nás pobáda, aby sme zo seba vydali to lepšie v nás, aby sme sa plnším spôsobom stali sebou samými. „Tým, že sa druhý človek spolieha na mňa,“ vysvetľuje Ricoeur, „robí ma zodpovedným za moje činy.“⁵¹ Druhý človek nás okrem toho z prítomnosti, v ktorej nás volá, upriamuje do budúcnosti, pretože nás privádza k otázke: „Čo spravíme s týmto slabým a krehkým stvorením?“ Otvoriac túto perspektívu, Ricoeur takrečeno presúva ťažisko morálky, pretože za morálny pokladáme niektorý čin nie iba preto, že je v súlade s presvedčením toho, kto ho koná (a v tomto prípade som to ja, čo predstavujem stred čiže zdroj morálky). Čin, ktorým preberám zodpovednosť za druhého človeka, bude morálny nie na základe predstavy, ktorú som si o druhom človeku vopred utvoril, ale ako odpoveď na jeho otázku, čiže tým, že sa prispôbím realite a potrebám toho druhého, keď ma on žiada, aby som sa ním zaoberal. V tomto prípade je to druhý človek, ktorý zo mňa urobí stred morálky, čo znamená, že musím naďalej byť verný svojmu presvedčeniu, a teda môžem svoju pomoc aj odmietnuť, ak to, o čo ma žiada, nebudem považovať za správne. Zároveň to však znamená, že svoje presvedčenie vystavujem skúške nie iba v konfrontácii so svojou realitou, ale aj s realitou druhého človeka, takže ona ako súčasť mojej skúsenosti zásadným spôsobom ovplyvňuje aj moje presvedčenie.

„Či som ja strážcom svojho brata?“ znie Kainova otázka. Kain si na ňu sám záporne odpovedá. Radšej než brata, za ktorého by niesol zodpovednosť, chce mať nepriateľa, na ktorom by si mohol vylievať zlosť. To je aj

otázka, ktorú životné okolnosti často kladú každému z nás. Ako odpovedať, ak chceme byť ľuďmi, a to ľuďmi dospelými?

Súperenie

Vojna môže mať mnohé formy. Podobne mnoho je spôsobov, ktorými sa ľudská agresivita nasmerúva na konkurenčnú súťaž v oblasti športu, ekonomiky a pod. Ak však konkurenčné súperenie akceptuje ako pravidlo niekoľko (alebo aj mnoho) padlých, možno tu ešte hovoriť o súťaži, alebo je to skôr spoločensky akceptovaná forma vojny?

V konkurenčnej súťaži možno naozaj i zomrieť. O tom by vedeli rozprávať mnohí vrcholoví manažéri, ktorých kariéra bola stálym zápasom, neraz vedeným všetkými možnými prostriedkami, aby sa dostali do niektorého predstavenstva a potom tento úspech korunovali klasickým infarktom a podnikovým pohrebom. Ten, kto sa až tak ďaleko nedopracoval, nech je spokojný: aj vred na dvanástniku v tridsiatich piatich rokoch sa môže považovať za dôkaz úspechu.

Sklony súťažiť sú v človeku hlboko zakorenené a predstavujú výborný stimul na prekonanie jestvujúcej situácie, na napredovanie. Úspech druhého nás môže vytrhnúť z apatie a pohnúť k pozitívnemu napodobňovaniu, môže nás presvedčiť, aby sme sa s väčším odhodlaním pokúsili hľadať nejaký životný cieľ, vlastnú seberealizáciu.

Tento proces je pozitívny dovtedy, kým má za cieľ osobný rast, kým používa čestné prostriedky a nevylučuje rešpektovanie druhých a vzájomnú pomoc. Lenže konkurencia v podobe, v akej sa v súčasnosti zaužívala

v dnešnej spoločnosti, je čosi úplne iné. Vznikla v priemyselnom prostredí a odtiaľ sa dostala do spoločnosti, až sa stala bežnou formou správania sa, životným štýlom, ktorý v mnohých prípadoch zatienil, ba priam vytlačil iné hodnoty. Môžeme tu hovoriť o „ideológii súťaže“, povzbudzovanej hlavnými myšlienkami obsahujúcimi isté prvky ľudského pokroku, ale tieto myšlienky pre spôsob, akým sa vnucujú, a absolutizáciu, ku ktorej majú sklon, sú schopné vyvolávať hlboké spoločenské poruchy.

Vidíme to na postojoch tých rodičov, ktorí nútia svoje deti súperiť s ostatnými už od útlej mladosti, takže ani dobrá známka nemá hodnotu sama osebe, ale iba vtedy, keď je lepšia, než sú známky spolužiakov. Niekedy sú to sami učitelia, čo rozpútajú súperenie s katastrofálnymi následkami: chlapci sú potom neschopní spolupracovať, sú pripravení kedykoľvek klamať, len aby dostali dobrú známku. A to nepočítame rast počtu samovrážd, ktorý nastal v posledných rokoch aj medzi deťmi. Túžba byť úspešný a takto uspokojiť nezmyselné ambície vlastných rodičov vyčerpáva mnohých študentov. Tak sú neraz nútení zanechať štúdium, hoci v inom, vyrovnanejšom prostredí by ho boli schopní úspešne završiť. Kto má skúsenosť s učením, vie, že oveľa viac sa dá dosiahnuť, ak sa študenti vedú k spolupráci, pri ktorej aj tí menej schopní sa vypracujú na celkom slušnú úroveň, kým schopnejší popri nadobúdaní vedomostí sa naučia brať na seba zodpovednosť, čo je skúsenosť vôbec nie zanedbateľná ani z hľadiska manažérskej budúcnosti.

Konkurenčné súperenie má, prirodzene, málo víťazov, ale veľké množstvo porazených. A aby niekto cítil svoje zlyhanie, nemusí byť nútený chodiť zobrať, ale stačí, aby nebol prvý, aby videl niekoho pred sebou. Kto prijal za svoju ideológiu konkurenčného súperenia, ten

už nevie nájsť uspokojenie v tom, čo robí, pretože už od detstva si nekladie otázku „Čím budem, keď budem veľký?“, ale jeho problémom je skôr „Ako sa dostať na vrchol?“. Je to zjavne akási forma neurózy, ktorá človeka robí trvalo nešťastným. Napriek tomu sa to za chorobu nepovažuje, ba dokonca tí najúspešnejší sa stali modelmi správania sa, vychvaľujú ich v časopisoch a vyzerá to tak, ako keby boj o kariéru do poslednej kvapky krvi bol tým najcivilnejším spôsobom spolunažívania. Ako zvyčajne, mal pravdu môj dedko, ktorý sediac pod broskyňou a dívajúc sa na ulicu, hovorieval: „Najväčší blázni sú vonku.“

...a rezignácia

Spomedzi tých, ktorí medzi sebou súperia, niektorí vyhrajú. A čo vyhrajú? Už sme si povedali, že infarkt. Mnohí z víťazov však skôr či neskôr skončia u psychológa. Ten, ak má hlavu na svojom mieste, zväčša sa ich usiluje presvedčiť, že vyrovnaný človek sa nepokúša prekonať ostatných za každú cenu, pretože to v nijakom prípade nemôže byť zmyslom života. Ba dalo by sa povedať, že ak je niekto nútený sústavne sa porovnávať s druhými, nie je v skutočnosti svojím pánom. Preto, ako poznamenáva psychológ Wayne W. Dyer, ktorý už liečil mnoho takých prípadov, ľudia, ktorí sa cítia realizovaní iba vtedy, keď vífazia nad ostatnými, patria „medzi absolútne porazených, a to aj vtedy, keď vífazia“.⁵²

Kde však korení toto správanie sa, kde má pôvod táto vôľa po hierarchickom vzťahu k druhému človeku, odmietajúca vidieť ho ako seberovného? V najhlbšej podstate to možno vysvetliť ako zásadné odmietnutie toho druhého, ako neschopnosť prijať ho a povedať mu svoje

áno. Najjedovatejším destilátom ideológie konkurenčného súperenia je teda závisť, čiže jednoznačne deštruktívny postoj, želaný druhému zlo, zničenie, a to nezávisle od „zisku“, aký to môže priniesť, a výlučne z postoja odmietnutia, ktorý voči nemu zaujímate. Závisť môže zničiť akýkoľvek úspech i sám náš život a naozaj ničí každý dobrý cit.⁵³

Konkurenčné súperenie vo svojich negatívnych aspektoch plodí množstvo skrachovancov, ktorí nevedia druhému povedať áno, ale sú nútení rezignovať, pričom nie sú schopní vidieť pekné veci, ani príležitosti, ktoré ponúka život, pretože sa zamerali iba na svoj boj proti všetkým. Táto trpká rezignácia je odvrátenou tvárou konkurenčného súperenia a dotýka sa všetkých, pretože sú boje, ktoré nik nemôže vyhrať. Môže sa stať nehoda, prísť choroba, nadíde chvíľa, keď bude treba zanechať všetko. A ten, kto sa na život díva výlučne cez optiku víťazstiev a prehiev, nevyhnutne musí utpieť prehru. Bolestivé údery, ktoré nasledujú jeden po druhom, zanechávajú stopy hyzdiace predstavy víťaza, ktorú človek o sebe mal. V úsilí vyhýbať sa im sa čoraz väčšími uzatvára, zakrpatieva a zmenšuje sa.

Aj ten, kto vyšiel z konkurenčného súperenia ako víťaz, podobne ako každý iný človek, je nútený povedať áno, je nútený skloniť sa pred bolestivými udalosťami, pred ktorými niet úniku. Musí povedať áno a je to áno sluhu, človeka, čo nie je pánom svojho života, ale obeťou vyššej moci. Je to takisto áno chudáka, čo nemá materiálne alebo vnútorné zdroje, aby mohol čeliť udalosti, ktorá ho gniavi. Z víťaza sa takto veľmi často stáva rezignovaný, porazený človek.

Model

Je zaujímavé, že v každej kultúre jestvujú postavy, ktoré výrazne interpretujú stav človeka. Zväčša pochádzajú z oblasti náboženstva a stávajú sa pravými kultúrnymi modelmi zakorenenými v kolektívnej mentalite, až nakoniec pôsobia vnútorne spôsobom porovnateľným s archetypmi, s ktorými sme sa už stretli, keď sme rozprávali o presvedčacej sile reklamy. Jestvujú postavy, ktoré predstavujú víťaza, a jestvujú postavy, ktoré zasa predstavujú porazeného.

Jedna postava v západnej kultúre osobitným spôsobom v sebe zhrnula a interpretovala ľudskú rezignáciu, a to v priebehu stáročí. Je to osoba pochádzajúca z kresťanstva, ktorým je Západ poznačený. Je to Mária strácajúca svojho Syna. Pre veriacich je Mária, prirodzene, čímsi oveľa viac než iba kultúrnym modelom, ktorý ostáva len parciálny a vzdialený od významov, čo Márii dáva viera. A viera neuberá Márii nič z jej významu ako kultúrneho modelu, ba živý vzťah s ňou založený na viere ovplyvňuje aj kultúrnu interpretáciu modelu a ponúka sa ako záchytný bod pre rozličné interpretácie, ktoré sú stále obmedzené a ktoré kultúra a bežná mentalita z času na čas produkujú v priebehu stáročí.

Interpretácia Márie ako modelu rezignácie sa časom udomácnila aj u tých, ktorí na ňu hľadajú s vierou. Je to však interpretácia scestná a nepostačujúca ani z hľadiska vnímania Márie iba ako kultúrneho symbolu. Táto nedostatočnosť interpretácie sa stáva zrejmom hneď pri konfrontácii modelu Márie s rezignáciou tých, čo nás v tomto prípade zaujímajú, čiže porazených v konkurenčnom boji. Model Márie sa vskutku predstavuje s prívlastkami ako „Slávna“, „Nanebovzatá“, „Božia Matka“, hovoria-

cimi o tom, že rezignácia je jej cudzia. Rezignácia pripisovaná Márii, ak už chceme o nej hovoriť, má v sebe pozitívny význam a nemožno ju oddeľovať od nádeje. Je teda diametrálne odlišná od rezignácie, ktorá predstavuje odvrátenú tvár konkurenčného súperenia a je následkom odmietania druhého človeka.

Je skutočne pravda, že v nej sa môžu spoznať sluhovia i chudobní. Ona sama o sebe hovorí: „Som služobnica Pána.“ Ale jej áno, ak ho chceme chápať v súlade s celou Máriinou osobnosťou, zďaleka nie je rezignáciou. Mohli by sme ho interpretovať takto: Anjel príde k Márii a hovorí jej: „Prichádzam od Boha, ktorý ňu miluje.“ Je to prejav Boha, ktorý vyhlasuje, že sa darúva Márii, čiže ktorý sa „podriaďuje“ v istom zmysle ako ktokoľvek, kto čaká odpoveď, či už pozitívnu, či negatívnu. Máriina odpoveď je teda slobodné áno, zamilované áno, áno ženy odpovedajúcej na mimoriadne vyznanie lásky, ženy prijímajúcej toho Druhého, ktorý sa jej ponúka. Hneď potom vyrozpráva Alžbete veci, ktoré jej urobil Všemohúci (ten, čo miluje Máriu): „Mocnárov zosadil z trónov a povýšil ponížených.“ Máriino áno je teda prekonaním otrockého áno a v rámci histórie chudobných a služobníkov Izraela chce znamenať odstránenie starej porážky.

Kultúrny význam rozprávania o Zvestovaní sa ďalej ozrejmi vtedy, keď sa pokúsime zasadiť túto udalosť do každodenného života. S čím všetkým je toto áno v Máriinom živote spojené? Je začiatkom, kde láska a bolesť sú navzájom prepojené. Práve to intímne puto medzi nimi, vzdávajúce bolesť od zúfalstva a približujúce ho k nádeji, zapustilo korene v našej kultúre, pretože Mária je symbolom spojenia lásky a bolesti, výrazom, ba možnosťou premeniť bolesť na lásku. To má podstatný význam pre prežitie kultúry a pre človeka, ktorý sa skôr či

neskôr ocitne pred problémom, aký zmysel dať svojej bolesti. Je to rozhodujúci moment, ktorý niektorí umelci, zdá sa, zachytili alebo aspoň vytušili vo svojich vyobrazeniach Márie. Je to obrat, ku ktorému môže prísť v istej chvíli u mnohých ľudí, čo takto rozvíjajú v sebe mentalitu inú, než je tá, ktorá každú udalosť interpretuje ako víťazstvo alebo porážku vlastného ja.

Vidíme, že väčšina ľudí nepristupuje k životu radikálne ani hrdinsky. Muž a žena sa zosobášia — povedia svoje áno —, pretože sa milujú. Nemyslia na to, že sa vydávajú na cestu plnú obety, a od života čakajú uspokojenie a šťastie. Potom však prichádzajú nepredvídané okolnosti: ochorie im dieťa, a ten tvoj starý spolužiak, ktorého si poznal ako usmievavého a vtipného chlapca, je po niekoľkých rokoch zocelený bolesťou, pretože zodpovednosť z neho urobila muža s hlbokým a pokojným pohľadom, aký si u neho nikdy nevidel.

Takto ľudia, čo azda nikdy ani nepomysleli na to, žeby sa mohli veľkoryso darúvať druhým, ocitajú sa zrazu pred situáciami, ktoré od nich žiadajú všetko. Isteže, môžu aj odmietnuť, ale ak človek zostane verný počiatkovej intuícii priateľstva alebo otcovstva či zamilovanosti — keď objavil, že druhý človek je pre neho dôležitý —, začína chápať, že musí darúvať to, čo sa od neho žiada, hovorí áno bolesti, keď tá príde, pretože je súčasťou druhého človeka, ktorého miluje. Podobne ako Máriino áno je to áno zamilované, je to prevrátenie porážky.

Táto schopnosť trpieť pre druhých zanecháva stopy, ktoré postupne menia fyziognómiu človeka. Menia ju telesne, napríklad u ženy, ktorá sa počas ťarchavosti utvára podľa dieťaťa, alebo u otca, ktorý si deformuje chrbticu, pretože stále musí dvíhať chorého syna. Predovšetkým ju však menia vnútorne, pretože ak je to áno

plné lásky, príznaky bolesti neznetvorujú, neochromujú, ale formujú vnútro človeka, dávajú mu formu druhého človeka, ktorého milujú. Je to to isté áno, ktoré Máriu v konečnom dôsledku privedie do situácie, keď drží svojho mŕtveho Syna v náručí, skláňa sa nad ním, prispôbiac sa jeho tvarom v dokonalom prispôbení sa jeho bolesti.

K tomu prichádza v mnohých rodinách bez toho, žeby si to uvedomovali: postava Márie podopierajúcej svojho Syna a prispôsobujúcej sa vlastným telom jeho telu znázorňuje každého, kto sa dennodenne približuje k druhým a otvára sa im. Trpieť vo svojom vnútri, ale pre kohosi druhého a spolu s ním, to je typické utrpenie človeka. Je to v podstate schopnosť spolu-trpieť, čiže cítiť to, čo pociťuje ten druhý, ale nie iba bolesť, ale aj radosť, šťastie, ktoré vo všeobecnosti prevládajú, najmä keď je darovanie sa vzájomné. To je základ každej spolupráce.

Naproti tomu závisť je utrpením, ktoré je jednoznačne samotárske, rodiace sa z odmietnutia druhého človeka, a nemôže nikdy viesť k šťastiu. Závisť zapríčiňuje, že konkurencia, ktorá ako ideológia dominuje v našich časoch, sa deformuje. Keď však hovoríme „dominuje“, musíme si byť vedomí toho, že jej dominancia je v spoločnosti aj v nás iba čiastočná. Všetky reality (spoločnosť, továreň, dieťa) — aj keď ich pohýna vpred konkurenčná súťaž — sa realizujú iba v spolupráci, ktorej základom je dôvera a otvorenosť voči druhému človeku.

Nik z nás by nestál za nič, keby nebolo druhých. Ak vo svojom živote necháme priestor závisť, bude ona prekážkou pre náš rast a našu realizáciu. Zo skúsenosti sa môžeme naučiť, že ak chceme odstrániť závisť zo srdca druhých ľudí, musíme ich milovať a musíme im dať zakúsiť, že od druhého človeka môže prísť aj niečo dobré.

Ak človek založený konkurenčne pocíti, že ho niekto miluje, šokuje ho to, aj keď je niekedy vystavený pokušeniu využiť to vo svoj prospech. No jeden skutok lásky, jeden dar, jedno áno, možnože uvedomenie si, že život si sám nedal, ale mu bol darovaný, zaseje v ňom semenko, z ktorého uprostred ruín závisť vyrastie kvet vďačnosti.

ŠTVRTÁ KAPITOLA

Otázka a odpoveď

Každý rozpráva s každým o všetkom. To je dojem, aký má človek, keď sleduje televízne i rozhlasové relácie bez ohľadu na to, či sú informatívne, alebo zábavné. Niet hodiny počas dňa ani v noci, žeby po zapnutí televízora nebolo možné počuť a vidieť diskusiu, reklamu, vychvaľovanie ponúkaného tovaru, priame telefónne vstupy divákov.

Pozitívne na tom je to, že sa otvorilo mnoho ciest na komunikáciu. Dnes je oveľa ľahšie ujímať sa slova než v minulosti. Na druhej strane spôsob komunikácie vedie k naozajstnému presýteniu, pretože vnímame obrovské množstvo informácií (ktorých kvalita je veľmi nerovnorodá, no prevažujú informácie tuctové) tak rýchlo, že to prevyšuje schopnosť ľudského mozgu prijať ich a spracovať.

Spolu s komunikačnou záplavou ide ruka v ruke aj skresľovanie informácií. Výsledkom je to, že slovo stráca svoj význam. Zmyslom slova je naozaj vyjadriť nejaký obsah, význam, pretože každé slovo obsahuje čosi, čo treba rešpektovať. Nadbytok slov a ich nevhodné používanie, ktoré je s tým spojené, zapríčiňuje, že slová nahrádzajú obsah, ktorému by mali slúžiť, žijú svojím vlastným životom, stávajú sa fetišom až do tej miery, že sa čoraz väčšmi hovorí v sloganoch.

Slová, ktoré nahrádzajú myšlienku, predstavujú maskované prázdno, reč zbavenú zmyslu. A práve to sa odohráva vtedy, keď napríklad televízny moderátor prejde od témy o rodinnej dráme, o ktorej rozprával s hosťami

v štúdiu, k práve takému zápalistému vychvaľovaniu polievkových kociek, aby o pol minúty pokračoval v rozoberaní drámy. Stáva sa to aj pri televíznych novinách, kde vystupujú politickí predstavitelia z rozličných politických strán: prvý z nich tvrdí, že sa „bude hľadať čo najširšia zhoda“, iní pokračujú v hraní sa s príslovkami, predložkami a všelijakými možnými gramatickými variantmi slova „zhoda“. Je zrejme, že takéto prežívanie slovníka nemá nič spoločné s autentickou komunikáciou. Takíto žongléri jazyka iba vyprázdňujú vlastný obsah slov, ktoré používajú.

Treba skrátka chrániť slová. Keď sa chránia slová, chránia sa aj ľudia. Naozaj, slovo, nech už by bol jeho obsah akýkoľvek, stále vyjadruje realitu toho druhého človeka, ktorý ho vyslovuje. Ale slovo na to, aby mohlo plniť túto svoju funkciu, musí si uchovať svoj vlastný význam. Ak sa vyprázdni, nie je už schopné nič povedať o človeku, ktorý ho vyslovuje. Stratí význam slova znamená stratiť druhého človeka, ktorý v slove vyjadruje seba samého.

A ak slovo už nič nehovorí o tom druhom, ani reč už nie je osobná. Nie je totiž spätá s nijakým menom, nie je už „čímsi“ slovom, mohol by ju vysloviť ktokoľvek. Nadbytok komunikácie prináša so sebou aj všeobecnú anonymitu, odosobnenie reči. A práve na tomto teréne sa nadpriemerne darí excentrikom: ak sa niekomu podarí vďaka svojmu prehnanému správaniu sa pritiahnúť pozornosť na seba, ľudia mu po čase začnú veriť, pretože si konečne môžu vytvoriť asociáciu a spojiť slovo s osobou, ktorá ho vyslovuje, a tak uniknúť z anonymity, ktorú spontánne každý odmieta. Bez ohľadu na to, akú hlúposť taký človek vysloví, ľuďom sa páči, že konečne niekto povedal čosi svoje.

Prečo nastáva tento jav? Nadbytok komunikácie

a hluku je prejavom epochy usilujúcej sa odstrániť čakanie a ticho, ktoré utvárajú prostredie potrebné na naozajstnú komunikáciu, pretože základnou formou takejto komunikácie je otázka a odpoveď. Isteže, možno sa pýtať na mnoho vecí, ktorých dôležitosť bude rozličná, od otázky „Koľko je hodín?“ až po „Máš ma rád?“, ale pýtanie sa má stále ten istý význam. Položiť otázku je prejavom spoločenskosti, pretože keď sa človek pýta, uvedomuje si, že nie je pánom odpovede, a chápe, že nemá svoj život úplne vo vlastných rukách, takže musí dôverovať odpovedi druhých ľudí, aby ho pochopil.

Otázka a ticho, ktoré nasleduje za ním, obsahujú v sebe mnoho významov. Predovšetkým sa v nich prejavuje prítomnosť druhých ľudí, a to nielen prítomnosť fyzická tu, v tejto izbe, ale aj ich prítomnosť vo mne, skutočnosť, že žijem spolu s nimi a som otvorený pre ich zasahovanie. To, že ja sa pýtam a čakám na odpoveď, je prejavom presvedčenia, že ani ten druhý nie je sebestačný (nie je zákonom pre seba, nemôže sa zaobísť bezo mňa) a že nie sme ľahostajní jeden druhému, ale sa navzájom potrebujeme. A to sa môže stať aj pri čítaní knihy.

Toto všetko je obsiahnuté v samej štruktúre otázky a odpovede. Svojou otázkou vychádzam zo seba. Tento pohyb nie je egoistický, nie je rozšírením môjho ja, nie je ani víťazstvom nad druhým človekom, ale obracia sa na neho, žiada ho o niečo, čiže dáva mu slovo. Tento pohyb môžeme zažiť v našom každodennom živote ako vzájomný proces.

Spomínam si na jednu prednášku filozofa Pietra Priniho. Vystríhal pred istými názormi, ktoré za základ ľudskej existencie považujú nekomunikatívnosť. Zdôrazňoval, že síce nekomunikatívnosť jestvuje, ale je patologickým javom, lebo ľudia sú od svojej prirodzenosti jeden voči druhému expresívni. Ja dodávam, že aj keď je

nekomunikatívnosť istým spôsobom súčasťou nášho bytia, jej riziká sa dajú stále prekonávať.

Podľa Priniho sa môžeme jeden pred druhým skrývať pomocou rozličných „maskovacích techník“ a môžeme sa skrývať aj pred sebou samými, čo nie je nič iné ako „zlé svedomie“. Podľa Priniho je však dôležité to, že takéto správanie sa nie je normou ľudskej komunikácie, ale jej chorobou.

Je to choroba skutočne čoraz rozšírenejšia. Stačí si všimnúť život súčasného človeka v mestách Západu, aby sme videli, že medzi ľuďmi navzájom sa môže utvoriť až priepastná ľahostajnosť a bolestivá rana odlúčenosti. Riziko nekomunikatívnosti je súčasťou života každého dňa, rozvíja jeho kultúru, ktorá je v podstate nihilistická, pretože je založená, ako sme povedali, na prázdnote slov. Je to rana zasahujúca človeka v jeho prirodzenosti ako spoločenskej bytosti, ktorá môže znemožniť, aby vo svojej hĺbke našiel dost energie položiť otázku, čo by prekonala priepasť. Podstatou tejto patologickej situácie je práve neschopnosť vyjsť zo seba a ísť k druhému človeku. Preto sa stáva, že dvaja priatelia nevedia prekonať nedorozumenie, že manželia sa už vôbec nestýkajú, že ľudia — kolegovia, šoféri, futbaloví hráči — si jeden o druhom utvoria predstavu, ktorá je na míle vzdialená od pravdy.

A keďže odpoveď mi môže dať iba druhý človek, ostávam nevedomý v dôležitých veciach svojho života. Vlastne sa nepoznám, neviem, kto som, pretože povedať mi to môže iba ten druhý. Bez stretnutia s ním ostáva moja reč anonymná a ja nemám nikoho, kto by ma zavolať, pretože nepoznám svoje meno. Je to vždy ten druhý, ktorý, keď ma volá, keď sa ma na niečo pýta, odpovedá mi, vyslovuje moje meno, rozpráva mi o mne. A to,

že viem o sebe prostredníctvom druhého človeka, je azda ústredné tajomstvo ľudskej existencie.

Dnešný nadbytok komunikácie zakrýva neschopnosť klásť otázky. V takejto situácii možno naozaj rozprávať o všetkom bez toho, žeby sa niečo povedalo. A keďže nevieme položiť otázku, vyhladzujeme aj tajomstvo, ktoré ju vyvoláva a ktoré je každodenne prítomné v ľudskom živote.

Uchovať okamihy

Tajomstvo je prítomné v každom jednotlivom okamihu. Predstavme si nasledujúcu scénu z bežného života.

Vidieť ich všade: vo verejných parkoch i na morskom pobreží, v tieni gotických chrámov i za hromadou zeleniny na mestskom trhovisku. Sú tam a číhajú, pripravení zvečniť svojou prekliatou videokamerou všetko to, čo sa pred nimi odohráva, bez ohľadu na to, či ide o renesančné fresky, alebo o plač novorodenca.

Gesto sa už stalo práve takým zvykom, ako prejsť si rukami po vlasoch alebo poškrabať sa po brade. Až do istej chvíle je človek normálny: spokojný výletník so svojou rodinou. Zrazu však mu ruka vyskočí k tvári spolu s prístrojom, ktorý sa stal jeho skutočným okom. Zdá sa, že tento nový druh „videocicavca“ je schopný vidieť svet iba cez objektív.

Kvalita výsledkov je druhoradá. Nakrútený film obsahuje spravidla zábery lakťov, nosov, podpätkov alebo niekoľko minút je pred našimi očami chodník či kruhový múr, čím kameraman chcel dokumentovať trasu, ktorú prešiel podobne ako Indiana Jones. Dôležitý je úmysel čiže úsilie vidieť cez videokameru okamihy, ktoré sa v živote považujú za dôležité, a to až do absurdností.

Bol som svedkom toho, ako kameraman vrátil novomanželov do kostola, pretože sa mu nepodarilo dobre zachytiť, ako z neho vyšli. Ak idete po prvý raz na návštevu k nejakým manželom, nezriedka vám namiesto rozprávania o svojich skúsenostiach premietnu celú videokazetu, a celý deň máte v fahu.

Tento jav možno sledovať z rozličných hľadísk, pričom všetky sú zaujímavé. Jedno z nich je napríklad toto: Mnohým sa už zaiste prihodilo, že v istej chvíli im prišlo na um alebo aj zvolali: „Toto by bolo treba zachytiť na film!“, pretože priateľ alebo dieťa sa zatvárali alebo vykonali niečo také, čo sa vymykalo z normálu a čo vzbudilo obdiv, veselosť alebo dojatie. Potom však prišlo sklamanie, keď vyvolaná fotografia zachytávala predchádzajúci alebo nasledujúci okamih, a nie ten, ktorý sme chceli zvečniť.

Sú skrátka okamihy, keď prichádza k hlbokému súladu s druhým človekom, keď ho vidíme z pohľadu, ktorý nám odhaľuje aspekt zvláštnej krásy: môže to byť stretnutie sa pohľadov so synom alebo okamih hlbokého porozumenia sa s milovanou osobou. Sú to chvíle takej krásy a pravdy, že sa vynára otázka: „Ako ich uchovať? Je možné, že by žili už iba ako spomienky?“ Človek spontánne túži zachrániť a uchovať tieto okamihy. Ale práve táto túžba odhaľuje, že to nie je v našej moci, lebo nie sme pánmi svojho času a nedisponujeme plne svojím životom.

Je to uzáver, ku ktorému skôr či neskôr všetci dôjdeme. Niektorí na to reagujú tak, že sa ženú za okamihmi a vyhládávajú stále nové pocity a situácie a nechávajú sa omámiť aktivitou alebo zábavou. Príčinou takéhoto správania sa je, zdá sa, správna intuícia, že človek žije iba v prítomnom okamihu. Za tým je však aj strach

zmieriť sa so skutočnosťou, že naše okamihy sa raz skončia. Je to postoj človeka, ktorý si myslí „Užívam si život, kým ho mám“, alebo aj človeka, ktorý sa usiluje robiť dobré veci, ale nikdy nechce myslieť na čas.

Iným druhom reakcie je úsilie predlžovať chvíle a uchovať si ich v pamäti. To je aj príčina, prečo sa ich mnohí pokúšajú filmovať. Takto však riskujeme, že dosiahneme pravý opak, teda že tie okamihy zabijeme. Prežívajú sa, akoby to boli iba spomienky (namiesto sledovania obradu sa kladie dôraz na jeho filmovanie; vyzereá to tak, ako keby sa neuzatváralo manželstvo, ale predvádzal obrad). Dívame sa na život, namiesto toho, aby sme ho žili. Pozornosť sa kladie prevažne na obrazy, a tak sa naša pozornosť zameriava na to, ako nás vidia druhí, podobne ako u chodca, ktorý sa sústavne díva na svoj obraz vo výkladoch obchodov, a pritom nevidí to, čo sa robí na ulici okolo neho.

Ani jedna z týchto reakcií sa s týmto problémom nevie vyrovnáť.

Prečo však je okamih taký krásny? Alebo taký hrozný, keď sa stane niečo strašné? V každom prípade, prečo je okamih taký živý a naozajstný? Je to preto, lebo prítomný okamih mi dáva pochopiť, že nie som pánom svojho života. Jeho intenzita ma vytrháva z ustavičného a monotónneho plynutia života a ukazuje mi ho z nadhľadu. Prítomná chvíľa je teda na jednej strane súčasťou behu času, na strane druhej sa z neho vyníma. Je to vzťah, ktorý prebúdza moju schopnosť vyjsť zo seba a z vecí a povzniesť sa nad všetko.

Ale na koho sa obraciam, čo vidím a s kým sa rozprávam v tomto povznesenom stave, ktorý je okamihom plnosti života, v ktorom sa prejavuje hlboká realita môjho človečenstva? Ak po tomto vyjdení zo seba človek

nič nenájde, prítomný okamih ho môže privádzať až k zúfalstvu. Alebo naopak, vedomie, že nie sme pánmi jednotlivých okamihov nášho života, môže v nás vzbudiť túžbu po Niekom, kto by ich uchoval a strážil. Skúsenosť prekonania seba, ktorú možno zažiť v prítomnom okamihu, nie je jednoducho skúsenosťou sebastačnosti a všemohúcnosti, ale postojom otázky, je obrátením sa na Nieкого. Jestvuje však Strážca prežitých okamihov?

Niekedy, keď sledujeme, ako rastú naše deti, máme dojem, akoby sme videli stopy tých okamihov. U detí, najmä keď sú malé, je zjavný znak, ktorý na nich zanechali. Keď sa dieťa šťastne smeje, vyžaruje z neho láska, ktorú si mu okamih za okamihom dával. Pri pohľade na niektorý výraz jeho tváre by si mohol takmer s istotou povedať, ktorá skúsenosť či ktorá chvíľa prežitá s tebou ho vyvolala. Všetky jeho chvíle sú uchované v ňom, sú ním, sú jeho neoddeliteľnou súčasťou. Tento proces, v ktorom každá naša skúsenosť a každý náš okamih utvára a obohacuje našu osobnosť, je isto čímsi prirodzeným.

Niekedy však máš dojem obrovského nepomeru, pretože vidíš, že tvoj syn je čímsi oveľa viac než tým, čo si mu dal ty alebo čo mu dali ostatní, ktorých poznáš. Sú v ňom uchované okamihy, ktoré nepoznávaš. To sa stáva vtedy, aby som uviedol príklad, keď ho necháš na celý týždeň u starých rodičov. Keď potom prídeš po neho, je iný, naučil sa čosi nové. Jeho rast je stály a tajomný. Je to, ako keby prežíval svoje okamihy s Niekým, kto ho miluje a formuje podľa seba bez toho, žeby sa mu ukázal. Na dieťaťi vidieť, že okamihy sa uchovali, že Nieкто ich uchoval. Jeho pokojný rast naznačuje, že chvíle, v ktorých sa svojím spôsobom obracia na toho Nieкого, nachádzajú riešenie, že jeho otázka, ktorú my si neuvedomujeme, nachádza odpoveď.

Rast človeka nemôže byť iba „prirodzený“ v takom zmysle, ako je „prirodzený“ rast nejakej rastliny, pretože skúsenosť okamihu mi dáva pochopiť, že som stvorený na to, aby som sa prekonával, takže okamih môjho stretnutia s priateľom, synom, skrátka s druhým človekom, vyvoláva vo mne vážnu otázku o Bohu a pobáda ma hľadať ho. Okamih sa teda uchováva v mojom vnútri, ale prostredníctvom rozhovoru s Bohom, ktorý, ako to aj zrazu objavil Augustín⁵⁴, je tak hlboko vo mne, že je mimo mňa. A práve v ňom je okamih uchovaný a stáva sa súčasťou mojej osoby. Okamih sa zachráni a aj ja sa zachránim v tom Druhom, ktorý je vo mne. Celý život sa teda okamih za okamihom ukazuje ako hra medzi mnou, druhými ľuďmi a tým Druhým v tajomnom vzájomnom preniknutí, ktoré z každého okamihu života robí okamih spásy. Aj bez videokamery.

Prežívať okamih, aj keď človek nevie stretnúť Niekohto, znamená ponoriť sa do tajomnej pravdy ľudskej existencie, prerušiť tok nadbytočnej komunikácie, s cieľom skoncentrovať sa pred „čímsi iným“, čo je v mojom vnútri.

Meno druhého

Otázka a odpoveď tvoria základnú konštrukciu komunikácie normálne sa rozvíjajúcej vnútri vzťahu, ktorý je takisto podstatný, vzťahu medzi rodičom a dieťaťom.

„Čo si mi priniesol?“ Táto otázka neraz víta otca, keď vracia sa domov z dlhšej cesty alebo aj z práce. Dieťa sa pýta „Čo?“ a očakáva, že vopcháš ruku do vrečka alebo do tašky (ak sa samo nepustí do hľadania) a vytiahneš dajakú hračku, knihu, dajakú vec, len aby bola práve preň.

Naozaj sa dieťa pýta na „čo“? Záujem o novú hračku často netrvá dlhšie než päť minút. Keď ju dieťa potom odhodí k hromade zabudnutých alebo pokazených vecí (alebo dedkovi do hlavy), vracia sa k otcovi s ďalšími klasickými požiadavkami, ktoré nijaký unavený človek nemá chuť uspokojiť, ako „Pod' sa so mnou hrať“ alebo „Porozprávaj mi nejakú rozprávku“, čo je možno ešte horšie, pretože si to vyžaduje fantáziu.

Keď si pomyslíme, s akou úprimnou zvedavosťou dieťa obyčajne víta rodiča a ako túžobne ho očakáva, priam udivuje, ako rýchlo sa vzdáva daru. Na druhej strane, keď si všimneme deti, ktoré si navykli na dary, čo aj malé, ale sústavné, vidíme, že si ich cenia čoraz menej a menej a zároveň si ich vyžadujú čoraz viac a viac.

Je zrejmé, že otázka „Čo si mi priniesol?“ skrýva v sebe ďalšiu a hlbšiu otázku, na ktorú nenájde odpoveď v darovaných veciach. Dieťa možno v skrytosti uvažuje takto: „Keď prídeš, niečo mi prinesieš, pretože ma máš rád, myslel si na mňa počas dňa a nevedel si sa dočkať, kedy sa vrátiš a budeš môcť byť so mnou.“ Slovanmi si teda pýta vec, ale v skutočnosti si žiada človeka. Je to láska rodiča, ktorá ho robí šťastným. Veci nemôžu urobiť dieťa šťastným, ale môžu byť prejavom lásky osoby, ktorá skrze dar, skrze vec daruje samu seba.

Často môžeme vidieť deti s množstvom hračiek a s ešte väčšími nesplnenými nárokmi. V takých prípadoch je zrejmé, že pomer medzi vecami a osobami sa prevrátil. Darček už neslúži na to, aby vyjadroval darovanie sa rodiča, ale na to, aby dieťa bolo stále čímsi zamestnané, aby jednou vecou uspokojili jeho potrebu rodiča: dá sa darček, aby rodič mal pokoj, aby si mohol oddýchnuť. Všetko to je čosi, na čo ten, kto nemá deti, má azda oprávnený nárok, ale rodič takto namiesto seba podstrčí dieťaťu iba nejakú hračku. Výsledkom je to, že

dieťa nedostane šťastie od toho, kto by mu ho mal dať, a navykne si ho hľadať — pravdaže, márne — vo veciach.

„Čo si mi priniesol?“ pýtame sa naďalej, hoci sme už vyrástli z detských nohavíc a nemôžeme sa obrátiť ma rodičov ako kedysi. Roky plynú a otázka mení svoju formu. Pýtame sa života, seba samých a ktoviekoho ešte: „Čo je tu pre mňa?“ — „Čo mám robiť, aby som bol šťastný?“ — „Ktorou cestou sa mám vydať?“ Na príklade dieťaťa, ktoré takúto situáciu prežíva s väčšou jednoduchosťou, sme mohli pochopiť, že tieto otázky kladie jeden človek druhému. Ak by mali lepšie vyjadriť túžbu, ktorú každý z nás cíti vo svojom vnútri, zneli by asi takto: „Si tu pre mňa?“ — „Si to ty, ktorý ma urobíš šťastným?“ Takáto otázka ukazuje, že sme si vedomí toho, že vo svojom živote nemôžeme byť autonómni, lebo sa realizujeme iba spolu s druhými.

Hľadanie druhého človeka je však často, podobne ako u dieťaťa, presmerované na úsilie vlastniť, a to tak vecí, ako aj osoby. Dieťa, ktoré nemilujú, alebo dospelý človek, ktorého nemilujú, rozmýšľa asi takto: „Moja požiadavka mať niekoho pre seba nenachádza ohlas. Preto ak nikto nemyslí na mňa, musím ja myslieť predovšetkým na seba.“ A tak sa jeho život vyplní starosťou iba o seba.

Vo všeobecnosti to platí o konzumizme, ktorý na dospelých pôsobí presne tak ako rodičia zanedbávajúce svoje deti: rodičia vyhovejú každej túžbe detí, ale tie deti to uspokojí iba na povrchu, na úrovni konzumu, a ich túžba sa znova vracia v oveľa intenzívnejšej forme. Konzumná spoločnosť umožňuje vlastniť mnoho vecí, len aby zabránila rastu, len aby nedovolila človeku prevziať zodpovednosť, pretože nechce byť sponchybná práve tak ako otec sediaci v kresle.

Iní sa zasa namáhajú získať ekonomickú sebestačnosť a všetko podriaďujú tomuto cieľu. Ale aj keď dosiahnu tento cieľ, je málo pravdepodobné, že sa budú vedieť zastaviť. Človek nemusí byť nevyhnutne starým skupaňom z Dickensovej Vianočnej rozprávky, aj my môžeme do istej miery zničiť svoj život tým, že práci venujeme aj ten čas, ktorý by sme mali venovať ľuďom. Ak človek pracuje priveľa, je to často zámienka, aby sa nemusel trápiť s problémom voľného času, keď žije sám, alebo aby nemusel byť dlho doma s rodinou, kde je azda mnoho nevyriešených problémov.

Sú ľudia, ktorí sa usilujú o moc, úplne sa oddávajú honbe za kariérou, pretože v spoločenskej hierarchii má každý svoju rolu, svoje povinnosti a očakávania. Vonkajšia hierarchia sa prijíma ako stupnica hodnôt, ako hierarchia vnútorná. Ja už nie som viac Jozef Kováč, ale riaditeľ Kováč, profesor Kováč, úradník Kováč. Takto nejestvuje nijaké riziko, žeby sme sa ocitli zoči-voči druhému človeku v akomsi voľnom vzťahu, kde nie je nič vopred určené a kde by sme boli nútení otvoriť sa druhému človeku, pozorne ho počúvať a tak riskovať odmietnutie a dezilúziu.

Aj povrchné priateľstvá alebo krátkodobé citové vzťahy sa často vyhýbajú naozajstnému stretnutiu s druhým človekom. Opakujú sa kliše z diskoték, pri ktorých medzi partnermi nepadne ani jedno slovo, či z večere u známych plnej frázy, či z malého dobrodružstva končiaceho sa v moteli, či z manželstva, ktoré zredukovalo počítačnú vzájomnú otvorenosť na súbor bezvýznamných návykov, a to všetko iba preto, aby nik nemusel opakovať tú neblahú otázku: „Si tu pre mňa?“

Takto sa celý život riedi veľkou lžou. Ľudia prestierajú, že kladú naozajstné otázky a že na ne dávajú naozajstné

odpovede. V tejto uzatvorenosti človek zakrpatieva, pričom rastie jeho skryté ja, ktoré všetko, čo sa mu povie alebo dá, považuje za lož a faloš. Prichádza k tomu, čo v iných súvislostiach opísal Jacques Maritain, že totiž ľudia potrebujú „ako povzbudzujúci liek svoju každodennú dávku lži. Predstierajú, že jej veria, ale začnú viesť akýsi tajný mentálny život, v ktorom — keďže neveria ničomu, čo sa im hovorí — nakoniec sa spoliehajú iba na praskúsenosť a základné pudy“.⁵⁵

To tajné „ja“ zatarasuje srdce a znižuje hodnotu aj tých gest, ktoré by sme radi videli úplne nezištné, pretože prevracia zmysel základnej otázky. Naozaj, keď sa opýtam „Si tu pre mňa? Vieš, že ma robíš šťastným?“, závisím od druhého človeka, otváram sa mu, nemám život iba vo svojich rukách, ale viem, že od druhého človeka môžem okúsiť radosť i dozvedieť sa pravdu. A naopak, ak sa mi druhý človek nedaroval, jeho ne-láska ma sklamala a podnietila zamerať sa na veci, na oslavovanie seba samého postaveného za stredobod celého sveta.

Rastie teda vo mne „chamtivá a groteskná modla“, ako to vyjadril Igino Giordani vo svojom denníku.⁵⁶ Zo skúsenosti mnohých ľudí vieme, že neraz veľmi dlho trvá, kým si človek uvedomí jej existenciu, lebo si namýšľal, že je veľkorysý a štedrý. Nadíde chvíľa, keď sa tá modla zrazu ukáže pri nejakom zlyhaní, citovom sklamaní, chorobe alebo pri skone nejakej osoby, čo nám bola drahá, a zrazu pochopíme, akú mal niekto pre nás cenu a akú hodnotu majú veci, ktorým sme venovali všetok čas, alebo to začneme čoraz väčšmi prichádzať na to v priebehu rokov. Človek si zrazu uvedomí, že doteraz žil predovšetkým pre seba, a život sa mu zdá nezmyselný, nevie tomu prísť na koreň, lebo nie je schopný zahĺbiť sa do seba a položiť si tú základnú otázku odhaľujúcu potrebnosť druhého človeka.

Niekedy v takejto situácii sa človeka zmocňuje zúfalstvo. Má pocit, že sa nevie oslobodiť od vlastného egoizmu. Díva sa okolo seba, sleduje ostatných, aby sa presvedčil, či je to naozaj tak. Znova sa vynára Sadov príznak: Je človek dobrý, alebo zlý? Som vôbec schopný sa darovať, byť veľkorysý, alebo v každom mojom nezištnom čine je skrytý egoistický záujem? Bolo by treba nazrieť dovnútra v dokonalej transparentnosti a pozbiehrať posledné sily, aby sme videli, či na dne toho, čo je bezodné, vo vnútornej priepasti, je dobro, alebo zlo, alebo čosi, alebo Niekto.

Sokrates sa díval a uvidel a či, lepšie povedané, začul hlas, ktorý s istotou spoznal ako „Boží hlas“ a ktorý nazval neutrálnym termínom *daimonion*. Aj Augustín ho počul a spoznal ako hlas Boha, ktorý rozpráva „nado mnou“, ale znútra a či, lepšie povedané, „z väčšej hĺbky než moje najhlbšie vnútro“, čiže z vnútorného transcendentna. Obaja zažili pád do *priepasti*, vnútorného nekonečna, v ktorom našli toho Druhého. Naša hranica sa za tým, čo je viditeľné, stráca v Bohu. Vnútornú identitu, tú, ktorú môžem objaviť bez toho, žeby som ju vlastnil, predstavuje ten Druhý, ktorý je vo mne. Som sám sebou a zároveň som tým Druhým. Príčina je úplne zrejma: Ako by som sa mohol obrátiť na niekoho „druhého“ a objaviť v hĺbke ľudskej komunikácie toho nekonečného Druhého jeho vnútra, keby moja prirodzenosť nebola toho schopná a keby som ja sám už nebol tým Druhým?

Sokratova a Augustínova odpoveď neznela: „Človek je dobrý“, ale že človek je schopný konať dobro, ak počúva hlas toho Druhého, ak mu dovoľí vynoriť sa z vnútornej hĺbiny.

Akú odpoveď možno dať dnes? Aj v tomto prípade môžeme skúsiť dať sa viesť archetypmi. Každá civilizácia sa

usilovala dať odpoveď na danú otázku, pričom si vypracovala vzory darovania, sebaobety a my sme ich zdedili. Jedným z tých vzorov, ktorý najväčšmi poznačil západnú civilizáciu a je stále silne prítomný v jej kultúre, je ukrižovaný Kristus. Aj pre toho, kto neverí v jeho božstvo, je zaujímavý jeho obsah, jeho skúsenosť, pretože sa zaoberá práve naším problémom.

Ukrižovaný Ježiš vydávajúci výkrik opustenosti Otcom je silným obrazom pri vysvetľovaní ľudskej bolesti a vynára sa pred našimi očami vždy pri stretnutí sa s človekom, ktorý trpí odlúčením. Ježiš na kríži je vyjadrením tej najväčšej odlúčenosti od všetkého toho, s čím bol počas pozemského života spojený, obrazom radikálneho prerušenia každej komunikácie práve v spoločnosti trpiacej nadbytkom komunikácie. Zavesený na kríži je obrazom odlúčenia, osoby uprostred rozkolu a nesvornosti, rany, ktorá ho vzdaluje od druhého človeka. Vo výkriku prežíva tragédiu všetkých tých, ktorí si v istej chvíli uvedomujú, že stratili zmysel života, lebo už nenachádzajú nikoho alebo sa nevedia obrátiť na druhého človeka, alebo sú väzňami „chamtivej a grotesknej modly“.

Ježiš vyjadruje stav syna, ktorý sa vo svojom živote pýta „Si tu pre mňa?“ bez toho, žeby na to dostal nejakú odpoveď. Ďalej však verí, že ten Druhý je mu schopný odpovedať, a pýta sa ho na príčinu jeho mlčania: „Bože môj, Bože môj, prečo si ma opustil?“ Zúbožený až po úplnú transparentnosť svojho bytia z posledných síl vyslovuje to, čo spočíva v jeho najhlbšom vnútri: pred mystériom vlastného jestvovania kladie otázku, čiže volá Druhého. Tak ukazuje, že podstatou ľudského bytia je práve táto otvorenosť voči Druhému. Ježiš ho skutočne nevolá „Otec“, ale „Boh“, akoby to robil každý človek, ktorý nie je Synom. Zrieknutie sa termínu „Otec“ ne-

znamená, že otázka sa stala neosobnou. „Boh“ nie je Sokratov *daimonion*, nie je to nijaký neosobný termín. Skôr by som povedal, že Ježiš nevolá Nieкого na základe privilegovaného vzťahu Jediného, ktorý bol splodený („Otče môj“), ale vníma ho v priepasti svojho ukrižovaného ľudstva takého, aký je, čiže ako Boha. Je to absolútny výraz schopnosti stvorenia spoznať toho Druhého v jeho odlišnosti a vzdialenosti. Slovo „Boh“ je teda prejavom odlúčenosti, ktorú si Ježiš uvedomil, odlúčenosti, v ktorej sa ten Druhý ukazuje iný, než som ja, a vďaka nemu sa môže v tomto výkriku spoznať každý človek. A výkrik ukazuje, že v hĺbke srdca človeka Ježiša, a teda každého človeka, nie je „modla vlastného ja“, pretože naša najintímnejšia skrytá tvár je obrátená k Druhému.

Kto verí, ten vie, že túto konverziu ľudského srdca, čiže presmerovanie svojej pozornosti zo seba na Druhého, prináša Kristus, a že modlu možno zvrhnúť. Naše choré a trpiace ja sa môže uzdraviť. Ten, kto neverí, môže v tom vidieť mieru darovania sa, ktorej je človek schopný, aj keď bez viery si nevie vysvetliť jeho príčinu.

To je však iba jedna stránka veci. „Čo si mi priniesol?“ — „Si tu pre mňa?“ Tieto otázky pripomínajú tomu, komu sú adresované, ako napríklad otcovi vracajúcemu sa večer domov, jeho povinnosť voči druhému: „Niesol som celý deň tvoje bremeno, myslel som na teba.“ Niesť druhého ako Kristus niesol kríž, niesť to, čo predstavuje tvoju smrť. Druhý človek, ktorého nesieš, naznačuje ti tajomstvo tvojho konca, tvojej ohraničenosti. Hovorí ti, kam dospeješ. V priezračnom pohľade svojho syna zazrieš priepastné tajomstvo, slovo, ktoré sa obracia na teba a hovorí ti, čo je tvoja úloha, hovorí ti, kto si, a vyslovuje tvoje meno. Môj syn je strážcom môjho tajomstva. Jeho pohľad mi sprítomňuje pohľad môjho otca,

ktorý — teraz to už chápem — si uvedomoval, že ja som bol strážcom jeho tajomstva. Každý otec dáva meno svojmu dieťaťu a ono potom ide, žije, je niekým. A otec čaká, že ho syn bude volať, že bude vedieť, ako sa volá od syna. Po tom, ako ťa splodil, po tom, ako si sa dal druhému človeku, musíš očakávať, že si všimne, ako ťa má vo svojich rukách, že objaví druhého človeka (ktorým si ty) v sebe a bude ťa volať po mene. V tom všetkom nie je nijaký sentiment: je to dobrodružstvo ducha, je to objavenie druhého človeka.

Keď pozerám z tejto strany, Ježišova otázka bez odpovede sa javí ako odpoveď Otcovi, ktorý dostane od Ježiša vlastné meno: „Boh“ je vskutku vlastné meno, ktoré môže mať iba Jeden. Slovo „Boh“ nám hovorí, že aj Otec v istom zmysle čakal, a že Boh, keď vstúpil do hry s človekom, najprv položil otázku a čakal na odpoveď.

Opustený Ježiš dáva Bohu meno. A dáva mu ho práve vtedy, keď sa už necíti byť Synom (aj keď ním naďalej je). Je to priepasť odlúčenia prevrátená naopak. Človek — každý človek — podobne ako každý syn voči svojmu otcovi — stráži v hĺbke svojho srdca tajomstvo Boha, jeho meno. Tam je Boh skrytý aj sebe samému a nachádza sa iba vtedy, keď ho človek nájde, keď toho Druhého vie nazvať jeho menom: Bože môj, čiže Boh obrátený ku mne, Boh pre mňa. V konzumnej spoločnosti, ktorá otupuje inteligenciu a vyprázdňuje reč v nadbytočnej a zdanlivej komunikácii, môže prísť k novému privlastneniu si a oslobodeniu slova, ktoré sa uskutoční iba do tej miery, do akej sa mu oddám: keď poviem „Boh“, prijímam tajomstvo Slova, ktoré sa stáva mojím, pretože som ho nechal vysloviť Bohom, a tým som sa aj ja sám stal „Slovom“.

Kristov model osvetľuje teda druhú stránku otázky: „Čo si mi priniesol?“ Položili sme tú otázku všetci.

Časom a v niektorej chvíli nielen my sme ju položili — bez ohľadu na to, či sme dostali odpoveď, alebo nie —, ale i nám ju položili, a to manžel či manželka, deti, priatelia, iní ľudia. Bez toho, žeby sme si to uvedomili, ocitli sme sa na strane toho, ktorý musí odpovedať, aj keď azda s pocitom, že na to nemáme dosť síl a inteligencie a skôr my by sme potrebovali od druhých pomoc, lenže vo svojom okolí nikoho nenachádzame, kto by nám ju mohol poskytnúť. Je to typická pozícia Opusteného. Východiskom je však práve model Krista: ak v takej situácii viem ísť do hĺbky seba samého a položiť otázku, odhaliť svoju skrytú tvár, čo ma donúti vyjsť zo seba samého, aby som hľadel na toho Druhého, uvedomujem si, že práve v mojej otázke som sám odpoveďou, aj keď nie pre seba. Človek sa stáva dospelým vtedy, keď vie dať túto odpoveď, ktorú Otec čaká a ktorá ho privádza mimo seba, tvárou v tvár s ním. Každý človek sa stáva takým, keď je mimo seba odpoveďou pre druhého človeka.

Tu jasne vidieť, že „Boh“, ako ho zjavuje opustený Ježiš, je základným menom, ktoré dáva priestor všetkým ostatným menám. Každé ľudské meno (Peter, Martina, Františka — mená priateľov, detí, bratov...) sa opiera o to jedno Meno. Môžem nazvať kohokoľvek, pretože Nieкто ma už nazval, dal mi svoje meno a odo mňa dostal svoje. Boh je meno, ktoré ľudstvo — veriace i neveriace — musí chrániť a zároveň vynášať na svetlo s čo najväčšou starostlivosťou, lebo to meno predstavuje schopnosť ľudstva povzniesť sa — aspoň vo forme otázky — nad vlastnú situáciu, a to bez ohľadu na to, aká veľká je priepasť, do ktorej spadlo. Zároveň ukazuje aj nekonečnú veľkosť, ktorú človek môže dosiahnuť a ktorá kľučí z jeho nekonečnej malosti. Je tajomné Slovo, v ktorom sa stretáva nekonečná veľkosť s nekonečnou

malosťou. Každé úsilie o jeho vytretie zo svedomia je atentátom na ľudstvo, bez ohľadu na to, či sa toto úsilie prejavuje cez otvorenú diktatúru, ako to bolo vo východnej Európe, alebo cez diktatúru presvedčania a ovplyvňovania, ako sa to v súčasnosti robí v kapitalistickom svete, ktorý cez konzumizmus presadzuje svoje modly. Veď negácia Boha, zabúdanie na jeho meno, je prvá vec, o ktorú sa usiluje ten, kto chce držať človeka iba pri zemi a nechce mu dovoliť, aby zdvihol hlavu.

Čo povedať na záver tejto úvahy o spoločnosti predstáv a komunikácie? Je pravda, že človek je stvorený na komunikáciu, na to, aby žil vo vzájomnom vzťahu s druhými, a aj v skúškach môže zdvihnúť hlavu a položiť otázku. Ale po tom, ako zakúsil rozkol vo vzťahu s druhými a vo svojom vnútri, po tom, ako stratil svoju identitu, pretože ho nik nenazval jeho menom, si človek uvedomuje, že každé naozajstné stretnutie je skokom za priepasť. Každé vydanie televíznych novín nám ukazuje, že človek, ktorý je taký silný pri presadzovaní svojich zámerov voči prírode, je úžasne slabý vo svojej prirodzenosti, v tom, čo ho robí človekom, čiže v komunikácii, v schopnosti stretávať sa s druhými a byť pre nich darom. Jedným slovom, človek sa cíti slabý v realizácii vlastnej ľudskej prirodzenosti.

Ak chceme preniknúť ku koreňu tejto slabosti a ak ju čestne analyzujeme, postupne spoznáme zdroj svojej životnej energie.

Pri pohľade dovnútra môžeme pochopiť, že to, čo Ježiš vykonal svojimi silami, môže každý človek vykonať iba Ježišovými silami. Boh totiž zostúpil do priepasti a vyplnil ju a ďalej zostupuje a vyplňa ju pri každom stretnutí, pričom touto priepasťou je sám Boh, Božia Trojica. Ak položím otázku, čiže ak prekročím seba

a obrátim sa na druhého človeka, je to preto, lebo som zakorenený v tom, ktorý mi pri tom čakaní robí spoločnosť. Ak Boh je meno, ktoré všetkým menám dáva realnosť, je takisto ten, čo robí realnými všetkých ostatných ľudí. Je to on, čo uchováva okamihy pre večnosť. Keď spoznáme Boha v druhom človeku, jeho prítomnosť sa prejaví nielen v nás, ale aj medzi nami a každé naše stretnutie sa otvorí Nekonečnu, každé naše gesto prenikne Absolútno. Dnešný človek, ktorý je taký schopný sa dávať a prijímať, že konzumizmus využíva túto jeho schopnosť a rozširuje ju do iluzórnych rozmerov, môže spolu s ostatnými dosiahnuť stav, že bude s nimi dávať a prijímať Boha čiže základ tajomstva každého človeka. Takto objaví, že najintímnejším rozmerom každého človeka je rozmer komunikatívny a rozmer spoločenstva. „Druhý človek“ — pojem, ktorý až doteraz nám bol veľmi užitočný, ukazuje sa ako abstrakcia, pretože realita pozostáva z ľudí prítomných spolu v Bohu. Ten „Druhý“ alebo „druhý“ sú výrazom iba jedného aspektu božskej Osoby a ľudskej osoby, sú prejavom podstatného rozdielu, ktorý vo vzťahu osôb nikdy nejestvuje bez podstatnej jednoty. Keď ľudstvo dosiahne takúto schopnosť spoločenstva — a jej deformované prejavy prítomné vo všetkých masových javoch, s ktorými sme sa stretli na stránkach tejto knihy, nám hovoria, že ju už dosiahlo —, znamená to, že nadíde čas pre tých, čo bdejú, čo sa nedali ukolísat mediálnou sugesciou a žijú ako ľudia s ľuďmi, pretože svoj život zladili so životom ostatných, a to nie povrchné, ale spoločným žitím ich tajomstva. Nastal čas povedať každému človeku, ktorého stretneme, slová, aké skanduje čenstochovský pútnik, keď príde do Centra: „Som pred tebou, pamätám na teba, bdiem.“

To je to, v čo verím. Je však mnoho takých, ktorí nemôžu povedať „Som pred tebou, pamätám na teba“ jed-

noducho preto, lebo neveria na vteleného Boha, v Boha Priepasť, ktorý sa zjavil v Kristovi. Ako o tom môžeme medzi sebou rozprávať, keď jeden z nás verí, a druhý nie? Aj bez viery sa človek môže dopracovať k tomu, že povie „Bdiem“. Bude to prejav toho, že zanechal čisto technický, inštrumentálny spôsob uvažovania a ide po ceste pravej inteligencie — Heidegger by povedal inteligencie „poetickej“ —, ktorá si uvedomuje, že sa pohybuje v mystériu, pátra v prítmi a nasleduje spolu s tým, kto verí, každé svetlo.

Ten, kto verí, i ten, kto neverí, môžu spolu prežívať bolesť nad stratou zmyslu a odmietať anonymitu. A to medzi priateľmi stačí na začatie rozhovoru, v ktorom každý zanechá pretváрку a v transparentnom sebadarovaní sa stane núkajúcim sa „slovom“, prijímajúcim tichom. To stačí na položenie otázky, na otvorenie sa odpovedi.

Poznámky

¹ FAUSTO COLOMBO, *Il rettile, il cantante, il seduttore* (Plaz, spevák, zvodca), in *I persuasori non occulti* (Otvorení našepkávači), Lupetti & Co., Miláno 1989, s. 16.

² A. TESTA, *La parola immaginata* (Slovo v predstave), Pratiche Editrice 1988, s. 12.

³ D. GOFFREDO — L. VANTAGGIO, *Dietro la pubblicità. Guida alla formazione critica dei recettori* (Čo je za reklamou. Príručka kritickéj formácie prijímateľov), Paoline, Cinisello Balsamo 1987, s. 42—43.

⁴ B. Stokvisa cituje W. SCHMIDBAUER in *Suggestione, terapia suggestiva* (Sugescia, sugestívna terapia), in W. ARNOLD, H. J. EYSENK, R. MEILI, *Dizionario di psicologia* (Slovník psychológie), vyd. Paoline, Cinisello Balsamo 1986, s. 1157.

⁵ A. ABRUZZESE, *Metafore della pubblicità* (Metafory reklamy), Costa & Nolan, Janov 1988, s. 89.

⁶ K. RAHNER, *Grundkurs des Glaubens. Einführung in den Begriff des Christentums* (Základný kurz viery. Úvod do pojmu kresťanstva) (1976), tal. preklad *Corso fondamentale sulla fede. Introduzione al concetto di cristianesimo*, Paoline, Rím 1984, s. 58.

⁷ A. ABRUZZESE, *cit. dielo*, s. 19.

⁸ V. MELCHIORRE, *Corpo e persona* (Telo a osoba), Marietti, Janov 1987, s. 42—43. Ako filozofickú rozpravu o téme tela odporúčam elegantnú knihu od Melchiorreho, ktorý vhodne aktualizuje predchádzajúce prínosy, najmä úvahy Marcela, Schelera, Ricoeura.

⁹ J. BAUDRILLARD, *Trasparenza* (Transparentnosť), in ed. C. MAGRIS — W. KAEMPFER, *Problemi del nichilismo* (Problémy nihilizmu), Shakespeare Company, Miláno 1981, s. 101.

¹⁰ O tejto téme sa tu nechcem hlbšie rozpisovať. Čitateľa, ktorý by mal o to záujem, odkazujem na zaujímavú knihu: STUART EWEN, *Captains of Consciousness* (Páni vedomia) (1976), tal. preklad *I padroni della coscienza. La pubblicità e le origini sociali del consumismo* (Reklama a počiatky konzumizmu v spoločnosti), De Donato, Bari 1988.

¹¹ Tieto termíny zaviedol ALVIN TOFFLER v knihe *Third Wave* (Tretia vlna) (1987), tal. preklad *La terza ondata*, Sperling & Kupfer, Miláno 1987.

¹² I. ASIMOV, *Soddisfazione garantita* (Spokojnosť zaručená), in *Il*

secondo libro dei robot (Druhá kniha robotov), Bompiani, Miláno 1978, s. 105—125.

¹³ M. ELIADE, *Le mythe de l'éternel retour — Archétypes et répétition* (Mýtus večného návratu — Archetypy a opakovanie), Paríž 1949, tal. prekl. *Il mito dell'eterno ritorno (Archetipi e ripetizione)*, Borla, Rím 1968, s. 27.

¹⁴ M. CACCIARI, *Ethos e metropoli* (Étos a metropola), in *Micromega. Le ragioni della sinistra*, č. 1, 1990, str. 39—48. Cacciari sa už zaoberal súvisiacimi témami v práci *Dialettica del negativo e metropoli. Saggi sulla grande città di Sombart, Endell, Scheffler e Simmel* (Dialektika negatíva. Eseje o veľkom meste od Sombarta, Endella, Schefflera a Simmela), Officina, Rím 1973, s. 7—97.

¹⁵ FURIO COLOMBO, *Presenti alla creazione* (Svedkovia stvorenia), úvod ku knihe P. GLISENTI — R. PRESENTI, *Persuasori e persuasi. I mass media negli Usa degli anni '90* (Našepkávači a ich obete. Média v USA v deväťdesiatych rokoch), Laterza, Bari 1990, s. XII.

¹⁶ AA.VV., *Il pellegrinaggio nella formazione dell'Europa. Aspetti culturali e religiosi* (Pútnictvo a formovanie Európy. Kultúrne a náboženské aspekty), edit. M. MARAGNO, Centro Studi Antoniani, Padova 1990: najmä esej LUDMILA GRYGIEL, *Il pellegrinaggio a Czestochowa* (Púť do Čenstochovej), s. 177—192; J. RIES, *Il sacro nella storia religiosa dell'umanità* (Posvätno v náboženských dejinách ľudstva), Jaca Book, Miláno 1982; J. CHELINI, H. BRANTHOMME, *Les chemins de Dieu. Histoire des pèlerinages chrétiens des origines nos jours*. (Božie cesty. Dejiny kresťanských púť od prvých čias až po dnešok), Hachette, Paríž 1982.

¹⁷ B. GUGGENBERGER, *Sein oder design*, Rotbuch Verlag, Berlín 1987, tal. prekl. *Essere o essere in. Il disagio della civiltà postmoderna* (Byť, alebo držať krok s módou. Problémy postmodernej civilizácie.), De Donato, Bari 1988, s. 14.

¹⁸ D. RIESMAN (with N. GLAZER, R. DENNEY), *The lonely crowd, a study of the changing american character* (Osamelý dav — Analýza zmeny amerického charakteru), Yale University Press, New Haven 1950, tal. prekl. *La folla solitaria*, Il Mulino, Bologna 1956.

¹⁹ H. COX, *The secular city, secularization and urbanization in theological perspective* (Svetské mesto, sekularizácia a urbanizácia v teologickej perspektíve), SCM Press, Londýn 1965, tal. prekl. *La città secolare. La „morte di Dio“ nella tecnopoli: la Bibbia nella città secolare*, Vallecchi, Florencia 1968.

²⁰ D. RIESMAN, *cit. dielo*, s. 32.

²¹ *Tamže*, s. 33—34.

²² FURIO COLOMBO, *Carriera: vale una vita?* (Kariéra: Stojí dať za ňu život?), Mondadori, Miláno 1990.

²³ E. FROMM, *Anatomia dell'aggressività umana* (Anatómia ľudskej agresivity), tal. prekl. Miláno 1975, s. 315.

²⁴ E. TIBERI, *La spirale della noia*, Miláno 1983, s. 44.

²⁵ S. DIANICH, *Optione fondamentale* (Základná voľba), in *Dizionario di teologia morale* (Slovník morálnej teológie), Paoline, Rím 1976, s. 696.

²⁶ A. QUADRO, *Psicologia dell'età evolutiva* (Psychológia rozvojového veku), Vita e Pensiero, Miláno 1977, s. 274.

²⁷ W. TIBERI, *La spirale della noia* (Špirála nudy), s. 44.

²⁸ J. REVERS, *Psicologia della noia* (Psychológia nudy), tal. prekl. Paoline, Rím 1956, s. 110.

²⁹ DANIEL GORRET, *La filosofia di Sade ovvero i lumi accecati* (Sádova filozofia alebo oslepujúce svetlá), doslov ku knihe D. A. F. DE SADE, *La filosofia nel budoir* (Filozofia v budoári), vyd. ES, Miláno 1992, s. 173.

³⁰ D. A. F. DE SADE, *La philosophie dans le budoir*, tal. preklad *La filosofia nel budoir* (Filozofia v budoári), vyd. Newton Compton, Rím 1974, s. 39.

³¹ Viac o tejto problematike sa píše v knihe A. M. BAGGIO, *La strada di Eros*, Città Nuova, Rím 1991. (Pozn. prekl.: v slov. prekl. *Eros sila lásky*, Nové mesto, Bratislava 1993)

³² ANGELA CARTER, *The Sadeian Woman. An exercise in cultural history*, Virago Press, London 1979, tal. preklad *La donna sadiana* (Sadiánska žena), Feltrinelli, Miláno 1986, s. 17.

³³ MARIO PRAZ, úvod ku knihe *La filosofia nel budoir*, Newton Compton, Rím 1974, s. 11.

³⁴ Pozri C. A. HELVÉTIUS, *De l'esprit* (1758), tal. prekl. *Dello spirito* (O duchu), Editori Riuniti, Rím 1976.

³⁵ B. DE MANDEVILLE, *A Search into the Nature of Society* (1723), tal. prekl. *Ricerca sulla natura della società*, Laterza, Bari 1974.

³⁶ J. O. DE LA METTRIE, *Anti-Sénèque* (1750), tal. prekl. *Antiseneca, ovvero discorso sulla felicità* (Antiseneca alebo rozhovor o šťastí), in *Opere filosofiche*, Laterza, Bari 1978, s. 317.

³⁷ VINCENZO BARBA, *Interpretazioni di Sade*, Savelli, Rím 1979, s. 17.

³⁸ Práve toto tvrdí Gian Piero Brega vo svojom úvode ku knihe SADE, *Opere scelte* (Vybrané spisy), Feltrinelli, Miláno 1967, s. XIX.

³⁹ J. LACAN, *Kant avec Sade*, in *Critique*, č. 191, 1963, tal. prekl.

Kant con Sade (Kant so Sadom), in J. LACAN, *Scritti* (Spisy), Einaudi, Turín 1974, II, s. 764—791.

⁴⁰ LESTER G. CROCKER, *Un'età di crisi. Uomo e mondo nel pensiero francese del Settecento* (Krizový vek. Človek a svet vo francúzskom myslení 18. storočia), Il Mulino, Bologna 1975, s. 65.

⁴¹ M. DODERO, C. PEPOLI, *Vivere single* (Žiť sám), Acanthus, Miláno 1986, s. 11.

⁴² H. HOBMAIR, *Il coraggio di non essere perfetti nell'amicizia* (Odvaha na nedokonalosť v priateľstve), in AA. VV., *Il coraggio di non essere perfetti*, Cittadella, Assisi 1986, s. 44.

⁴³ O nespokojnosti a neistote spojenjej s individualistickým a narcisistickým pohľadom na život, o prestupovaní sa kultúrnych a sociálnych prvkov, ktoré vstupujú do hry, zaujímavým spôsobom píše CHRISTOPHER LASCH vo svojej knihe *The culture of Narcissism* (1979), tal. prekl. *La cultura del narcisismo. L'individuo in fuga dal sociale in un'età di disillusioni collettive* (Kultúra narcisizmu. Jednotlivec na úteku od spoločnosti vo veku kolektívnych dezilúzií), Bompiani, Miláno 1981.

⁴⁴ P. VITZ, *Psychology as Religion* (Psychológia ako náboženstvo), W. B. Eerdmans, Grans Rapids, 1977, tal. prekl. *Psicologia e culto di sé. Studio critico*, EDB, Bologna 1987.

⁴⁵ P. VITZ, *cit. dielo*, s. 66.

⁴⁶ V. FRANKL, *The Unheard Cry for Meaning*, New York 1978, tal. prekl. *Un significato per l'esistenza* (Zmysel existencie), Città Nuova, Rím 1983, s. 65—86, prvá časť *The Will to Meaning* (Vôľa nájsť zmysel), The New American Library, New York 1969, tal. preklad *Fondamenti e applicazioni della logoterapia* (Základy a aplikácie logoterapie), SEI, Turín 1977, s. 11—85.

⁴⁷ *Commando*, č. 6, s. 119.

⁴⁸ F. FORNARI, *Dissacrazione della guerra. Dal pacifismo alla scienza dei conflitti* (Znesvätenie vojny. Od pacifizmu k vede o konfliktoch), Milano 1969, str. 57.

⁴⁹ *Tamže*, s. 58.

⁵⁰ H. Jonas, *Das Prinzip Verantwortung* (Princíp zodpovednosti), Insel Verlag, Frankfurt nad Mohanom 1979, tal. prekl. *Il principio responsabilità*, Einaudi, Turín 1990.

⁵¹ P. RICOEUR, *Le sfide e le speranze del nostro comune futuro* (Výzvy a nádeje našej spoločnej budúcnosti), prejav na 4. medzinárodnej konferencii o neopersonalizme, Teramo, 23.—24. apríla 1993. Filozofickú osnovu tohto pojmu „krehkosť“ možno nájsť v *Soi-même comme un autre*, Seuil, Paríž 1990.

⁵² W. W. DYER, *Pulling your own strings* (Vezmi život do svojich rúk), 1978, tal. prekl. *Prendi la vita nelle tue mani*, Rizzoli, Miláno 1982, s. 202.

⁵³ Pokiaľ ide o psychoanalytický výklad tohto javu, odvolávam sa na známu prácu MELANIE KLEIN, *Envy and gratitude (a study of unconscious sources)* (Závisť a vďačnosť), Londýn 1957, tal. prekl. *Invidia e gratitudine*, Martinelli, Florencia 1969.

⁵⁴ AUGUSTIN HIPPONSKÝ, *Confessiones* (Vyznania), tal. prekl., *Le Confessioni*, VII, 10, 16, Città Nuova, Rím 1971, s. 186.

⁵⁵ J. MARITAIN, *Il significato dell'ateismo contemporaneo* (Význam súčasného ateizmu), Morcelliana, Brescia 1977, s. 46.

⁵⁶ I. GIORDANI, *Diario di fuoco*, Città Nuova, Rím 1990, s. 93. Slov. preklad *Ohnivý denník*, Nové mesto, Bratislava 1996 (vyjde).

Obsah

Úvod.....	5
Prvá kapitola	
KRUHY	
Had.....	9
Archetypy.....	13
Mediálny kruh.....	16
Luxus.....	19
Nová ideológia.....	22
Nahota a túžba.....	26
Sakrálny stred.....	30
Televízny priestor.....	32
Na ceste.....	36
Druhá kapitola	
HĽADANIE DRUHÉHO	
Prestupovanie morálnych noriem.....	41
Simulácia.....	45
Vedení druhými.....	49
Odlíšnosti.....	53
Nuda.....	57
Tretia kapitola	
CESTY VLASTNÉHO „JA“	
Sadiánska spoločnosť.....	69
Ja, ako ťa milujem.....	78
Slobodný mimo manželstva.....	80
A jeho učítelia.....	82
Čudný tvor.....	87
Bojujem, teda som.....	91
Súperenie.....	99
... a rezignácia.....	101
Model.....	103
Štvrtá kapitola	
OTÁZKA A ODPOVEĎ.....	108
Uchovať okamihy.....	112
Meno druhého.....	116
Poznámky.....	129

ANTONIO MARIA BAGGIO

Hľadat'

Si tvár

Slobodný človek v konzumnej spoločnosti

Z talianskeho originálu

Antonio Maria Baggio: Il nome dell'altro,

Città Nuova Editrice, Roma 1995,

preložil Mikuláš Hučko

Obálku navrhol

a graficky upravil Ladislav Vančo

Vydalo Vydavateľstvo Nové mesto, spol. s r. o.,

Uršulínska 3, 811 01 Bratislava, roku 1996

ako svoju štyridsiatu publikáciu

Editor Michal Chuda

Zodpovedný redaktor Jozef Zavarský

Technický redaktor Stanislav Lencz

Prvé vydanie

Z dodanej sadzby vytlačil

LÚČ, vydavateľské družstvo, Bratislava

ISBN 80-85487-41-1

Z ponuky kníh Nového mesta

Albino Luciani Listy včerajším



Autorom tejto nevšednej knihy je „usmievavý pápež“ Ján Pavol I., ktorého pontifikát trval iba tridsaťtri dní. Badať v nej živý záujem benátskeho patriarchu a neskoršieho pápeža o všetky ľudské problémy a jeho úsilie pomôcť ľuďom. Knihu tvorí štyridsať fiktívnych listov historickým i mýtickým osobnostiam, literátom a umelcom, ktoré možno vnímať ako ľudský, duchovný a pastoračný

testament Albina Lucianiho.

Preložil a poznámkami doplnil Rajmund Ondruš, SJ.
Brož., 240 strán, cena 68 Sk

Pavel Florenskij Soľ zeme

Pavel Florenskij (1882—1943) — kňaz-teológ, náboženský filozof, matematik a fyzik — zomrel mučeníckou smrťou v trestaneckom tábore na Soloveckých ostrovoch. Dielo je pútavým životopisným portrétom ruského mnícha otca

Izidora, ktorému bol autor duchovným synom. Jeho život bol naplnený láskou k ľuďom, dobrotivosťou, pokorou, hlbokou zbožnosťou, odporom k náboženskému formalizmu a túžbou po jednote kresťanov. Kniha umožní hlbšie nahliadnúť do duchovnosti kresťanského Východu.

Doslov napísal Ľubomír Žák.
Preložil Ján Komorovský
Brož., 104 strán, cena 53 Sk



Z ponuky kníh Nového mesta

Pavol Strauss
Život je len jeden

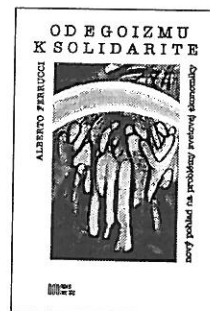


Rukopis významného slovenského spisovateľa, mysliteľa a lekára P. Straussa *Život je len jeden* pochádza z roku 1976 a obsahuje osemnásť esejí, ktoré nie sú len auto-reflexiami vzdelaného, citlivého autorského subjektu v ťažkých časoch spisovateľovej izolovanosti. Sú najmä duchovnou projekciou bytia ťažko skúšaného človeka a národa.

Brož., 144 strán, predpokl. cena 55 Sk

Alberto Ferrucci
Od egoizmu k solidarite

Autor novým spôsobom podáva informácie o rozvojových problémoch krajín tretieho sveta. Problémy chudobného Juhu vidí v celosvetovej prepojenosti. Charakterizuje hlavné ekonomické problémy sveta a hľadá konkrétne východiská. Veľké rezervy vidí v tvorivej a aktívnej sile solidarity účastníkov objektívnych ekonomických vzťahov a procesov na národnej i svetovej úrovni. Prekračuje rámec ekonomických mechanizmov a ako zdroj tvorivosti a aktivity predkladá etickú motiváciu. Uvádza model ekonomiky spoločenstva založenej na novom vzťahu k človeku i k prírode.



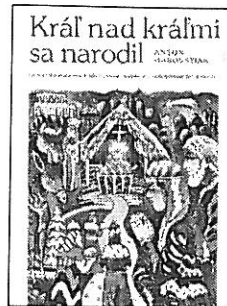
Preložil Mikuláš Hučko.
Brož., 144 strán, cena 52 Sk

Z ponuky kníh Nového mesta deťom

Anton Habovštiak

Kráľ nad kráľmi sa narodil

Kresťanské vianočné tradície, vinše, rozprávky,
betlehemske hry a piesne



Knihu známeho slovenského spisovateľa vari úplne vystihuje podtitul. Chceme ňou obohatiť vianočný trh a deťom a mládeži sprístupniť dávnejšie vianočné zvyky, vinšovačky, betlehemske hry a vôbec atmosféru kresťanských Vianoc na dedine. Svojou formou je nielen vhodným darčekom v rámci rodiny, ale aj vítanou pomôckou pre učiteľov prvého stupňa základných škôl,

katechéto a farských animátorov.

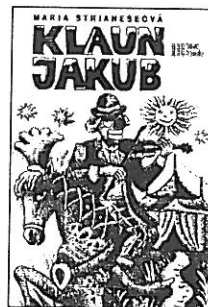
Ilustroval Martin Kellenberger.

Viaz., 96 strán, cena 127 Sk

Maria Strianeseová

Klaun Jakub

Príbeh klauna Jakuba, ktorý si nevedomuje, že každé cirkusové predstavenie je dielom jednomyseľnej obetavosti



všetkých. Konkurenčný duch ho oberá o sily a on opúšťa cirkus. Na potulkách spozná nezištné priateľstvo. Začína odznova — vracia sa do cirkusu, môže začať znova „žiť“, robiť predstavenia... No vie, že to už nerobí kvôli vlastnému úspechu, ale pre radosť a šťastie druhých.

Preložila Ľudmila Chudová.

Brož., 96 strán, cena 49 Sk